



Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú. Decana de América

Dirección General de Estudios de Posgrado

Facultad de Ciencias Administrativas

Unidad de Posgrado

**La calidad y su influencia en la competitividad en las
empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta -
Ecuador**

TESIS

Para optar el Grado Académico de Doctor en Ciencias
Administrativas

AUTOR

Fausto Freddy SOLEDISPA LUCAS

Lima, Perú

2018



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Soledispa, F. (2018). *La calidad y su influencia en la competitividad en las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta - Ecuador*. [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.



ACTA DE SUSTENTACIÓN N° 00025 UPG-FCA-2018 PARA

OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN CIENCIAS

ADMINISTRATIVAS



10-2146-P

En la Ciudad Universitaria, a los nueve días del mes de mayo del año dos mil dieciocho, siendo las once y treinta horas, en el aula 401 de la sede de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; ante el Jurado Examinador, **Presidido** por el **DR. EMILIO JAVIER ROJAS VILLANUEVA**, e integrado por los miembros: **DRA. ELIZABETH CANALES AYBAR (Asesora)**, **DR. EDGAR VICENTE ARMAS (Miembro)**, **DR. JEAN PIERRE SECLÉN LUNA (Miembro)** y **DRA. JUANA PATRICIA HIDALGO EURIBE (Miembro)**; el postulante al Grado Académico de Doctor en Ciencias Administrativas, don **FAUSTO FREDDY SOLEDISPA LUCAS**, procedió a hacer la exposición y defensa pública de su Tesis titulada: **"LA CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS ENLATADORAS DE ATÚN DE LA CIUDAD DE MANTA - ECUADOR"**, con el propósito de optar el Grado Académico de Doctor en Ciencias Administrativas.

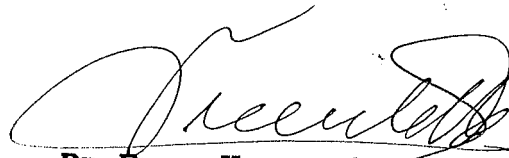
Concluida la exposición y absueltas las preguntas, de acuerdo con lo establecido en el **Artículo 61°** del Reglamento para el Otorgamiento del Grado de Doctor en Ciencias Administrativas, los miembros del Jurado Examinador, procedieron a asignar la calificación siguiente:

BUENO (15)

Acto seguido, el Presidente del Jurado recomienda a la Facultad de Ciencias Administrativas Otorgar el Grado Académico de Doctor en Ciencias Administrativas, a don **FAUSTO FREDDY SOLEDISPA LUCAS**. Se extiende la presente Acta en cinco originales y siendo las 12:29 horas se da por concluido el Acto Académico de sustentación, firmando sus miembros en señal de conformidad.


DR. EMILIO JAVIER ROJAS VILLANUEVA
PRESIDENTE


DRA. ELIZABETH CANALES AYBAR
ASESORA


DR. EDGAR VICENTE ARMAS
MIEMBRO


DR. JEAN PIERRE SECLÉN LUNA
MIEMBRO


DRA. JUANA PATRICIA HIDALGO EURIBE
MIEMBRO

DEDICATORIA

Dedico esta Tesis con el más profundo y sincero cariño a mi hijo **FAUSTO LUIS**, pues bajo su comprensión, sacrificio y apoyo moral pude encaminarme hacia la meta del triunfo deseado. A mis hermanos que aportaron con su sacrificio indirecto. A mis amigos que con sus consejos me motivaron alcanzar esta anhelada meta.

A mis padres **LUIS SOLEDISPA RODRÍGUEZ+ Y MARIA TERESA LUCAS+**, que desde el cielo me impulsaron para culminar mis estudios doctorales.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento especial a la Doctora **ELIZABETH CANALES**, quien como Directora de Tesis de Grado, con sus conocimientos y experiencias hizo posible que el presente trabajo de investigación sea realidad.

Agradezco de manera general a todas las personas que de una u otra forma colaboraron para la culminación de esta Tesis, en especial a mis profesores quienes durante los tres años del proceso del Doctorado Internacional en Ciencias Administrativas, transmitieron sus ideas y criterios para mi formación profesional.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	II
ÍNDICE DE TABLAS	V
ÍNDICE DE CUADROS	VI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	VII
ÍNDICE DE FIGURAS	VIII
RESUMEN	IX
ABSTRAC	X
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	1
1.1. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	4
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.3. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	17
1.4. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	18
1.5. OBJETIVOS	18
1.6. HIPÓTESIS	19
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	20
2.1. MARCO FILOSÓFICO O EPISTEMOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	20
2.2. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN	31
2.3. BASES TEÓRICAS	60
CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA	75
3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	75
3.2. UNIDAD DE ANÁLISIS	77
3.3. POBLACIÓN DE ESTUDIO	78
3.4. TAMAÑO DE MUESTRA	79
3.5. SELECCIÓN DE LA MUESTRA	79
3.6. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	80
CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	84
4.1. ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS ...	84
4.2. PRUEBAS DE HIPÓTESIS	119
4.3. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	126
CONCLUSIONES	129
RECOMENDACIONES	130

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	131
----------------------------------	-----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ranking de Competitividad Global	5
Tabla 2. Actividades Productivas del Cantón Manta	5
Tabla 3. Ingresos y personal ocupado por sector en Manta	6
Tabla 4. Ingresos por ventas de principales industrias manufactureras en Manta	6
Tabla 5. Empresas enlatadoras de atún en la ciudad de Manta	78
Tabla 6. Escala de Likert.....	81
Tabla 7. Análisis de fiabilidad de variables	84
Tabla 8. Estadísticas de total de elemento	85

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Gerencia dirige programas de calidad	89
Cuadro 2. Empleados ayudan a implantar cambios	90
Cuadro 3. Administradores y supervisores toman ciertas decisiones	91
Cuadro 4. Gerencia reconoce esfuerzos del personal.....	92
Cuadro 5. Gerencia mantiene contactos con clientes y proveedores	93
Cuadro 6. Gerencia comunica compromiso de calidad al personal	94
Cuadro 7. Se desarrollan e implantan estrategias.....	95
Cuadro 8. Gerencia comunica estrategia al personal	96
Cuadro 9. Gerencia comunica estrategias y objetivos a clientes y proveedores	97
Cuadro 10. Compromiso del personal con objetivos y planes	98
Cuadro 11. Procesos claves identificados	99
Cuadro 12. Evaluación de resultados para mejorar.....	100
Cuadro 13. Control y mejora continua.....	101
Cuadro 14. Procesos con medida de calidad.....	102
Cuadro 15. Desarrollo de nuevos productos	103
Cuadro 16. Mejora en los productos	104
Cuadro 17. Identificación de áreas de mejora.....	105
Cuadro 18. Gerencia apoya actividades de mejora	106
Cuadro 19. La empresa fomenta ideas creativas e innovadoras.....	107
Cuadro 20. Empresa introduce nuevos productos.....	108
Cuadro 21. Gerencia apoya actividades de innovación	109
Cuadro 22. La innovación como factor de la competitividad	110
Cuadro 23. Empresas con computadoras e internet	111
Cuadro 24. Recursos para capacitación en TIC	112
Cuadro 25. Gerencia elige posicionamiento	113
Cuadro 26. Empresa desarrolla comunicación.....	114
Cuadro 27. Estrategias de posicionamiento y atributos del producto	115
Cuadro 28. Variedad de productos.....	116
Cuadro 29. Comunicación con clientes y proveedores	117
Cuadro 30. Estrategia comunicacional y comercial.....	118
Cuadro 31. Tabla cruzada calidad y competitividad.....	121
Cuadro 32. Correlación entre calidad y competitividad.....	122
Cuadro 33. Tabla cruzada liderazgo y competitividad.....	123
Cuadro 34. Correlación entre liderazgo y competitividad	123
Cuadro 35. Tabla cruzada planificación y competitividad	124
Cuadro 36. Correlación entre planificación y competitividad	124
Cuadro 37. Tabla cruzada gestión por procesos y competitividad	125
Cuadro 38. Correlación entre gestión por procesos y competitividad	126

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Gerencia dirige programas de calidad.....	89
Gráfico 2. Empleados ayudan a implantar cambios.....	90
Gráfico 3. Administradores y supervisores toman ciertas decisiones.....	91
Gráfico 4. Gerencia reconoce esfuerzos del personal	92
Gráfico 5. Gerencia mantiene contactos con clientes y proveedores.....	93
Gráfico 6. Gerencia comunica compromiso de calidad al personal.....	94
Gráfico 7. Se desarrollan e implantan estrategias	95
Gráfico 8. Gerencia comunica estrategia al personal.....	96
Gráfico 9: Gerencia comunica estrategias y objetivos a clientes y proveedores	97
Gráfico 10. Compromiso del personal con objetivos y planes.....	98
Gráfico 11. Procesos claves identificados.....	99
Gráfico 12. Evaluación de resultados para mejorar	100
Gráfico 13. Control y mejora continua	101
Gráfico 14. Procesos con medida de calidad	102
Gráfico 15. Desarrollo de nuevos productos.....	103
Gráfico 16. Mejora en los productos.....	104
Gráfico 17. Identificación de áreas de mejora	105
Gráfico 18. Gerencia apoya actividades de mejora.....	106
Gráfico 19. La empresa fomenta ideas creativas e innovadoras	107
Gráfico 20. Empresa introduce nuevos productos	108
Gráfico 21. Gerencia apoya actividades de innovación	109
Gráfico 22. La innovación como factor de la competitividad.....	110
Gráfico 23. Empresas con computadoras e internet.....	111
Gráfico 24. Recursos para capacitación en TIC.....	112
Gráfico 25. Gerencia elige posicionamiento.....	113
Gráfico 26. Empresa desarrolla comunicación	114
Gráfico 27. Estrategias de posicionamiento y atributos del producto.....	115
Gráfico 28. Variedad de productos	116
Gráfico 29. Comunicación con clientes y proveedores.....	117
Gráfico 30. Estrategia comunicacional y comercial	118

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Relaciones del modelo de análisis	62
--	----

RESUMEN

Dentro de la economía local y nacional, las empresas que se dedican al procesamiento y conservas del atún en Manta, se constituyen en el eje fundamental y articulador de las actividades productivas de esta ciudad cuyo impacto se denota tanto a nivel provincial como nacional. La producción y riqueza generada, impulsan el logro de una economía de bienestar, siendo la base del crecimiento económico y desarrollo de esta región del país. Este es un sector clave por su aporte a la economía local, por tanto, el desafío que se enfrenta consiste en resolver el problema sobre la calidad de las empresas para lograr los niveles de competitividad necesarios para participar adecuadamente en los mercados.

Así, la presente investigación tiene como objetivo central determinar que la calidad influye en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún en la ciudad de Manta. En tal sentido, se puede afirmar que la calidad es un factor clave para desarrollar la competitividad, estableciendo la mejora continua en sus procesos con el fin de conducir al éxito a las empresas y al sector industrial atunero. El estudio pretende analizar la variable calidad y su impacto en la competitividad, con fines de identificar también los elementos para el fortalecimiento y posicionamiento de las organizaciones en el mercado nacional y mundial.

En el presente estudio se aplicó la prueba estadística de Cronbach, la que determinó un alfa de 0,947, lo que se manifiesta en una alta fidelidad en los datos recolectados. En cuanto los resultados estadísticos se manifiesta que la calidad tiene una influencia significativa en la competitividad de la empresas. Las dimensiones como el liderazgo, la planificación y la gestión por procesos influyen en la variable dependiente, es decir, la competitividad.

PALABRAS CLAVES: Calidad, Competitividad, Liderazgo, Planificación, Gestión por Procesos, Innovación, Posicionamiento.

ABSTRAC

Within the local and national economy, the companies that are dedicated to the processing and preserving of tuna in Manta, are the fundamental axis and articulator of the productive activities of this city whose impact is denoted both at the provincial and national levels. The production and wealth generated, drive the achievement of a welfare economy, being the basis of economic growth and development of this region of the country. This is a key sector for its contribution to the local economy, therefore, the challenge is to solve the problem on the quality of the companies to achieve the levels of competitiveness necessary to participate adequately in the markets.

Thus, the main objective of this research is to determine that quality influences the competitiveness of tuna canning companies in the city of Manta. In this sense, it can be said that quality is a key factor to develop competitiveness, establishing continuous improvement in their processes in order to lead to success for companies and the tuna industrial sector. The study aims to analyze the quality variable and its impact on competitiveness, in order to also identify the elements for the strengthening and positioning of organizations in the national and global market.

In the present study, the Cronbach statistical test was applied, which determined an alpha of 0.947, which manifests itself in high fidelity in the data collected. As soon as statistical results show that quality has a significant influence on the competitiveness of companies. The dimensions such as leadership, planning and process management influence the dependent variable, that is, competitiveness.

KEY WORDS: Quality, Competitiveness, Leadership, Planning, Process Management, Innovation, Positioning.

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

La calidad conjuntamente con la competitividad se consideran factores transversales que inciden en el fortalecimiento y posicionamiento de las empresas, regiones o países. A lo largo del tiempo, la calidad asoma como un eje básico que influye en la mejora de las empresas, acontecimiento que guarda relación directa con la competitividad, esta relación se logra identificar tanto en el mercado nacional como internacional, cuando las empresas consolidan su eficiencia y desempeño. De esta manera, el manejo de la calidad, junto al conocimiento y el empleo de los recursos se convierten en elementos válidos para mantener y aumentar las ventajas competitivas logradas por las organizaciones de un país, ya sea en el corto, mediano o largo plazo

En los actuales momentos, tanto las empresas como los países, desde las políticas de Estado, se insertan en la lógica de la calidad para alcanzar la competitividad, de allí que es conveniente incorporar a los procesos y actividades valor agregado con el fin de posicionar con firmeza sus productos en los mercados. Las condiciones para mejorar la calidad de vida de nuestras sociedades se convierten en un objetivo crucial, a partir de un reconocimiento del manejo de nuestras potencialidades para participar con efectividad en los lineamientos de nuestro desarrollo y bienestar.

En lo relacionado a la calidad, dentro de los procesos de las empresas del sector industrial de la pesca, se constituye en un factor fundamental que direcciona su crecimiento, así como su posición dentro del mercado. Al lograr este objetivo, la situación se convierte en una fuente de generación de empleo y riqueza. Así, la relación entre la calidad y la competitividad, se convierten en una asociación favorable para el desarrollo del sector empresarial.

En este escenario, el presente trabajo de investigación se centra en estudiar uno de los problemas centrales del sector industrial del Ecuador, caso específico: Manta. Así como la calidad, como vía para alcanzar la competitividad y el mejoramiento de las empresas. La idea de la investigación se sustenta en que las empresas requieren incorporar mayor calidad a sus procesos y productos finales, con

el objetivo de que las estadísticas internacionales sobre el ranking de competitividad representen sostenidos ritmos de crecimiento y esto se traduzca en un real desarrollo económico y productivo del país.

Con la investigación de las variables y resultados alcanzados en el estudio, se puede demostrar la efectividad que tiene la calidad en el sector industrial de la pesca, lo que servirá como hilo conductor para direccionar la competitividad empresarial. Es una necesidad nacional encontrar sistemas que favorezcan la implantación de la calidad, para viabilizar la toma de decisiones sustentadas técnicamente con el fin de mejorar la gestión; la inversión pública y privada será más segura al contar con un sector industrial fortalecido y atractivo. La tesis pretende contribuir al logro de este esfuerzo.

Es necesario señalar además que esta investigación consta de cuatro capítulos. En el primero se presenta la situación problemática de la tesis, así como su justificación teórica y práctica, en la que se manifiesta la importancia que tiene esta investigación para mejorar el sector industrial de la pesca. A continuación se plantea el objetivo general tanto como los específicos, y; finalmente las hipótesis, como guías fundamentales en el desarrollo de la investigación.

En el segundo capítulo se abordan los fundamentos teóricos referidos al tema central de la investigación, que comprende además el desarrollo filosófico y epistemológico sobre la calidad y competitividad, que son las dos variables objeto de estudio. Seguidamente, se expone lo relacionado a los antecedentes de la investigación, los cuales se sostienen en investigaciones realizadas sobre la temática planteada, realizando un importante análisis del estado del arte y aportes de autores de tesis doctorales, artículos científicos y otras fuentes teóricas, destacando los extraordinarios aportes que sobre la materia han realizado Deming, Juran, Porter y Drucker.

En el tercer capítulo se explicita lo referente a la metodología utilizada en este trabajo doctoral, donde se describe el tipo y diseño de la investigación, así como lo relacionado sobre la unidad de análisis, la población objeto de estudio, así como la

selección de la muestra, para finalmente describir los instrumentos aplicados y las estrategias para la recolección de datos.

En el cuarto capítulo se explican los principales hallazgos resultantes de la investigación y discusión de la misma, luego del minucioso análisis, la interpretación y discusión de los resultados finales de la investigación, tanto en el plano cuantitativo como cualitativo. En el mismo, además, se presenta la verificación de las hipótesis, general y específicas, mediante el programa estadístico SPSS Statistics.

Se concluye la investigación con la argumentación de las conclusiones, así como las recomendaciones, referencias bibliográficas empleadas en la tesis de grado, junto con los anexos, guardando los requerimientos del protocolo de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

ASPECTOS ÉTICOS

Durante el proceso de elaboración y sustentación de la tesis de grado, el autor ha respetado el Código de Ética de la Universidad Mayor Nacional de San Marcos, así como los derechos de autor establecidos por Ley.

1.1. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

En un mundo globalizado al que asistimos, las empresas, dentro del sistema económico, tienden a buscar altos niveles de calidad en sus sistemas productivos, organizacionales y en la presentación de sus productos finales, con la intención de lograr competitividad y posicionamiento en el mercado interno como externo. Así, los países o regiones que logran óptimos estándares de competitividad son los que incorporan calidad a sus procesos y productos.

El logro en el mejoramiento de sus procesos, desde el año 2010, en el Ecuador ha sido factor fundamental para escalar posiciones en los niveles de competitividad hasta el año 2016. Así, en el 2010 ocupó el puesto 105 con un índice de competitividad de 3,56 mientras que en el 2016 obtuvo una posición más favorable ocupando el puesto 76 y un índice de 4,07 puntos, manifestándose una recuperación notable en competitividad Oppenheimer (2014). Durante el periodo 2010-2016, el mejor desempeño ocurrió en el año 2014 cuando el índice se ubicó en 4,18 puntos, alcanzando el puesto 71. Los aspectos en los que Ecuador ha destacado en este periodo son aquellos relacionados con infraestructura, educación superior y entrenamiento, situación que se resalta en circunstancias que a nivel mundial existe un lento crecimiento global y altos niveles de desempleo.

Sin embargo, a la posición lograda por el Ecuador en los aspectos anotados, en el clúster empresarial de Manta, los sectores de la producción como la pesca, industria, comercio y turismo denotan una disminución progresiva en los últimos tiempos. Aunque en algunos momentos de buen desempeño el país da muestras de mejorar sus indicadores de competitividad, debido al alcance de calificaciones consoladoras, destacándose en la eficiencia de los negocios, en el mejoramiento económico, la eficacia del gobierno e infraestructura, lo cual se manifiesta en la Tabla 1.

Tabla 1. Ranking de Competitividad Global

AÑO	ÍNDICE DEL ECUADOR	PUESTO ENTRE PAÍSES	PAÍSES MONITOREADOS
2010	3,56	105	141
2011	3,65	105	142
2012	3,82	101	144
2013	3,94	86	148
2014	4,18	71	145
2015	4,10	76	140
2016	4,07	76	142

Fuente. Datos tomados de World Economic Forum (WEF)

Según el Censo Económico de 2010, la ciudad de Manta presenta información sobre industria, comercio y servicios, lo que permite comprender su realidad económica y su dirección por mejorar su calidad y competitividad de los sectores productivos y sus empresas. Las principales actividades del cantón Manta descansan, básicamente, en tres sectores productivos (Ver Tabla 2).

Tabla 2. Actividades Productivas del Cantón Manta

No.	SECTOR ECONÓMICO	ACTIVIDADES ECONÓMICAS
1	Industria	Elaborados de productos de panadería. Fabricación de prendas de vestir. Pesca
2	Comercio	Ventas al por menor de alimentos, bebidas y tabaco. Mantenimiento y reparación de vehículos automotores.
3	Servicios	Actividades de restaurantes y servicios móviles de comida. Actividades de peluquería y otros tratamientos de belleza.

Fuente. Censo Económico del Ecuador (2010)

En cuanto a los establecimientos económicos ubicados en la ciudad de Manta, éstos llegan a 9,271, los que crean plazas de trabajo para 39,529 personas, con una inversión en activos fijos de 26,7 millones de dólares, con los cuales se generan

1,952 millones de dólares de ingresos por ventas, según datos provenientes del Censo Económico del 2010, datos que previamente analizados, se presentan en la Tabla 3.

Tabla 3. Ingresos y personal ocupado por sector en Manta

No.	SECTOR ECONÓMICO	INGRESOS (en millones de dólares)	PERSONAL OCUPADO
1	Manufactura	299	5,394
2	Comercio	1,020	11,345
3	Servicio	607	22,346
4	Otros	30	444

Fuente. Censo Económico del Ecuador (2010)

También es importante observar los ingresos por ventas al interior del sector manufacturero, en donde el sector de “elaboración y conservación de pescados, crustáceos y moluscos”, genera 172,9 millones de dólares. (Ver Tabla 4).

Tabla 4. Ingresos por ventas de principales industrias manufactureras en Manta

No.	SECTOR MANUFACTURA	INGRESOS (en millones de dólares)	PORCENTAJE CON RESPECTO AL TOTAL
1	Elaboración y conservación de pescados, crustáceos y moluscos	172,9	57,73
2	Actividades de impresión	24,2	8,1
3	Elaboración de productos de panadería	9,2	3,07

Fuente. Censo Económico del Ecuador (2010)

Otro aspecto importante que no se puede dejar de mencionar en este estudio es aquel referido al tamaño de los negocios establecidos en la ciudad de Manta, donde según cifras del censo económico del 2010, los establecimientos clasificados como grandes representan el 0,1 por ciento, los medianos constituyen el 0,2 por ciento, mientras que los pequeños son el 2,7 por ciento, en tanto que la mayor parte de ellos pertenecen a las microempresas, representando el 97 por ciento.

La ciudad de Manta, se constituye en el eje económico de la provincia de Manabí, provincia, que tiene un área de 18,870 Km², que corresponde al 8% de la

superficie a nivel nacional y contribuye con el 4,8 % del PIB nacional. La principal actividad productiva en Manabí se concentra en el sector de la industria manufacturera que representa el 31 % del PIB provincial, seguida del comercio que corresponde al 16 % y en tercer lugar se concentran las actividades de producción agropecuaria como café, cacao, banano, maíz, ganado, productos lácteos, cárnicos, entre otros que alcanzan el 11,5 % de la producción manabita.

Según el Censo Pesquero Artesanal del 2008, en Manabí se identificó 6,668 pescadores artesanales, cuyo promedio de captura por faena representa 48 libras. En tanto, se puede destacar que 9 de las 10 empresas más grandes de Manabí corresponden al sector industrial y están concentradas en las cercanías del cantón Manta, generando empleo directo a más de 3,500 personas. En tal sentido, el sector de conservas de pescado, se constituye en una de las más fuertes de Latinoamérica teniéndose en cuenta que la capacidad de frío instalada es de 42,800 toneladas y de procesamiento industrial de más de 3600,000 al año”. Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, (2011).

Manta, se presenta como el primer puerto pesquero del Ecuador y ocupa el primer lugar en desembarques de atún en la costa del Pacífico Sur Oriental, en ella se concentra el 75 % de la flota pesquera atunera del Ecuador y cuenta con acceso directo a las áreas de pesca, así como con insumos para poner a operar su flota pesquera. Respecto a las variedades de atún que se obtiene de las faenas de pesca se puede mencionar los siguientes tipos de túnidos; atún aleta amarilla, atún patudo, atún barrilete, bonito pata seca y bonito sierra. La cadena que desarrolla el sector pescador industrial, se inicia cuando el armador sale a faena y posteriormente hace el desembarque y lo traslada hacia las plantas procesadoras de atún. Por lo general el tiempo que un barco atunero permanece fuera del puerto comprende entre 30 y 120 días de navegación.

Uno de los inconvenientes que enfrenta en algunos casos es que la flota pesquera no alcanza a proveer las toneladas de atún que requiere la industria para su procesamiento, situación que ocurre por las limitaciones en el incremento de la capacidad pesquera en el Océano Pacífico Oriental, que establece la Comisión Interamericana de Atún Tropical. Así, la materia prima que falta se la obtiene de embarcaciones extranjeras bajo contrato de asociación u otro mecanismo. Esto ha

provocado que últimamente las exportaciones atuneras hayan disminuido, así como el nivel de empleo dentro del sector, tanto en forma directa como indirecta. Se denota entonces que para el 2015 las exportaciones constituyeron el 10% del sector no petrolero, mientras que para el 2014 fueron el 13%.

En este contexto, se puede destacar que los principales exportadores de conservas de atún a nivel mundial fueron Tailandia con 595 mil toneladas y Ecuador con 190 mil, que representan aproximadamente el 50% del mercado mundial, donde Ecuador tiene como principales países competidores a Tailandia y Las Filipinas, situación que se manifiesta por los bajos costos de producción y los precios finales de venta, fenómeno que ha afectado de manera considerable a nuestros principales mercados de Chile y Perú. Además de esto, otro factor que afecta a la competitividad de nuestras empresas exportadoras es el tipo de cambio vía apreciación de monedas y la variación de los precios internacionales hacia la baja, puesto que el mayor volumen de ventas se efectúa mediante envíos hacia los demás países. En este escenario, la administración de las empresas, tiene que manejar las estrategias más adecuadas para superar los más diversos retos que le impone el mercado nacional e internacional.

Calidad e inocuidad en la industria atunera de Manta

Es privativo del hombre el afán de superación, lo cual se ha transformado en elemento fundamental para el avance tecnológico, social, cultural y económico de la humanidad, asumiendo como compromiso una búsqueda permanente para el mejoramiento de todo lo que emprende, con el objetivo de ofrecer mayores oportunidades de bienestar, imprimiendo una dosis de calidad en cada uno de los procesos y productos.

Con el devenir del tiempo surgen los paradigmas de la calidad con el fin de orientar la administración y producción de las diversas organizaciones empresariales, los que surgen desde el siglo pasado con los diversos modelos de la calidad, los cuales también son aplicados en la industria ecuatoriana. En el caso específico de la industria atunera de Manta, las empresas se apoyan en el modelo europeo denominado TQM (Total Quality Management), aplicando la metodología de trabajo que recomienda para garantizar mejores procesos y productos. Así pues, un modelo de referencia para la organización y gestión de una empresa permite establecer un

enfoque y un marco de referencia objetivo, riguroso y estructurado para el diagnóstico de la organización, así como determinar las líneas de mejora continua hacia las cuales deben orientarse los esfuerzos de la misma. Por tanto, un modelo de gestión de calidad es un referente permanente y un instrumento eficaz en el proceso de toda organización que, de manera responsable busca mejorar los productos o servicios ofrece.

En lo que respecta al cuidado de la inocuidad de los alimentos, en primer lugar se debe anotar que Ecuador es un país que se destaca a nivel mundial por su industria pesquera, particularmente por su sector atunero, ubicándose como el país que posee la mayor flota de cerco y flota industrial en el Océano Pacífico Oriental, siendo su captura principal el atún y teniendo como industria un gran potencial y capacidad de procesamiento de este producto. En este contexto, las empresas dedicadas a la transformación del atún promueven la certificación en las diferentes normas de calidad e inocuidad que se tiene a nivel mundial y dentro del sector alimentario, así como de sostenibilidad y sustentabilidad del recurso marino. En tal sentido, para cumplir con los objetivos previstos las organizaciones industriales atuneras están inmersas en un proceso de mejora continua, lo que significa lograr el mayor nivel de calidad, por tanto, se cumplen con los más altos estándares de calidad, inocuidad, servicio y competitividad que el mercado requiere.

Para llegar con la producción a los grandes bloques comerciales como Estados Unidos y la Unión Europea, se aplican estrategias para garantizar y controlar la seguridad alimentaria a lo largo de toda la cadena productiva, que incluye a la cadena logística y de distribución. Los recursos dirigidos hacia la mejora continua han proporcionado como fruto la consecución y mantenimiento, a lo largo de los años, de las más significativas certificaciones en materia de calidad, seguridad alimentaria y sostenibilidad de los recursos naturales. En Manta se encuentra el clúster atunero que incorpora al conjunto de empresas directamente relacionadas con los procesos de captura, procesamiento y comercialización del atún atendiendo a la demanda del mercado local así como el externo.

Para la industria atunera, el sistema HACCP es una de las principales exigencias para la exportación de productos alimenticios que demanda la Unión Europea, uno de los principales mercados que tiene la industria atunera de la ciudad

de Manta. El sistema está basado en el supuesto de los peligros de seguridad y calidad que pueden existir en diversos puntos de la cadena productiva, desde la captura hasta el consumo, al tomar medidas sistemáticas para evitar el deterioro y la contaminación del atún. Para garantizar el cumplimiento del sistema HACCP es condición necesaria aplicar las BPM y POES, que se constituyen en las herramientas que posibilitan que todos los factores que influyen en la seguridad de los productos sean controlados de manera adecuada, desde que las naves son acoderadas en el puerto, los expertos en control de calidad certifican que la pesca cumple con los estándares de calidad internacional, por lo que se puede anotar que la industria alimentaria del atún en Manta satisface las exigencias del mercado internacional.

En el contexto en que se desarrolla el sector atunero, la calidad se constituye en parte de la filosofía del trabajo en la industria alimentaria local, puesto que, con el cumplimiento de la normativa internacional los productos reciben un adecuado control de calidad durante las etapas del proceso. Es por tanto, parte de la cultura organizacional que el sector industrial propicie la búsqueda de la calidad como un elemento sustancial para su crecimiento y proyección hacia los mercados internacionales, lo cual no se limita a un resultado técnico asociado solo con la producción, sino que también se relaciona con las exigencias del cliente interno, asimismo comprende la regulación o normativa que rige en los países compradores, procurando el menor impacto negativo al ecosistema y la salud personal.

A partir del año 1999, la inocuidad alimentaria y de alimentos ha sido un tema primordial en la agenda internacional desde el punto de vista político y comercial debido a los serios incidentes acontecidos en el sector alimenticio. Debido a estos problemas están comprometidas a demostrar que las empresas atuneras cuentan con un sistema de inocuidad alimenticio, lo que se convierte en un prerequisite básico. En tal sentido las empresas atuneras de la ciudad de Manta en la mejora de la calidad y la inocuidad de los alimentos industrializados inician su proceso con la aplicación de Buenas Prácticas de Manufactura, con la cual minimizan los riesgos en los alimentos sobre la contaminación tomando muy en cuenta cada uno de los pasos de la cadena agroalimentaria, desde la producción primaria hasta el consumo final.

El conjunto empresarial incorpora, para el mantenimiento general de la inocuidad de los alimentos, los Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento (POES) que se constituyen en prácticas y procedimientos de satinización puesto que, al producir los alimentos se los implementa para prevenir la contaminación directa de los alimentos producidos, lo cual contribuye a actuar preventivamente en todas las etapas de elaboración de los enlatados de atún y son indispensables para la aplicación de la BPM.

La industria atunera y el Sistema de Gestión de Inocuidad Alimentaria

Los sistemas de inocuidad alimentaria varían de acuerdo al alcance, estructura, criterios, procesos de certificación y validez. Algunos esquemas tienen mayor aceptación en algunas regiones en el mundo y otros son más empleados o exigidos a los proveedores por empresas transnacionales, mayoristas o minoristas. A nivel Mundial, a partir del año 2000 surge la GFSI (Global Food Standard Initiative), la Iniciativa de Seguridad Alimentaria Global con el fin de establecer el reconocimiento de la equivalencia de estándares. Este organismo reúne a los principales actores de la industria alimentaria para impulsar de forma colaborativa la mejora continua en los sistemas de seguridad alimentaria alrededor del mundo. Los líderes de la industria crearon el GFSI con el fin de especificar los requerimientos para el reconocimiento de los programas de certificación definidos en seguridad alimentaria en sus solicitudes de evaluación comparativa. En el GFSI están minoristas, fabricantes y operadores de servicios alimentarios impulsados por la industria, organización que es administradora de comercio llamada El Foro de Bienes de Consumo (CGF por sus siglas en inglés).

La GFSI participa con un rol fundamental en la certificación del sistema de inocuidad alimentaria, reconociendo y utilizando como punto referencial a distintos estándares existentes sobre seguridad alimentaria. Cuando un sistema es calificado como punto referencial, significa que el estándar es aceptado por las empresas que necesitan de una norma de este organismo. El GFSI pretende contribuir con la problemática de la seguridad alimentaria identificando a todos los esquemas de certificación y evaluándolos para determinar si cumplen con los elementos mínimos y clarificar el alcance. Esto es de suma importancia puesto que si bien no son iguales,

si son equivalentes y permiten demostrar conformidad con un sistema de gestión de inocuidad alimentario.

Los esquemas de inocuidad alimentaria reconocidos por el GFSI

Actualmente, se cuenta con una gran cantidad de esquemas que han sido sometidos a evaluación, comparación y aprobación por la GFSI. Todos ellos presentan características distintas en relación tanto con el alcance, los criterios estudiados y analizados, su estructura, la validez y la manera en cómo se presenta. Así los esquemas reconocidos por este organismo mundial son:

- a) BRC Global Standards: Global BRC (British Retail Consortium)
- b) IFS Internacional Featured Standards
- c) The Global Aquaculture Alliance
- d) FSSC 22000 ó FS 22000 (Food Safety System Certification)
- e) SQF Institute: SQF 2000 (Safe Quality Food)
- f) Primus GFS
- g) GRMS (Global Red Meat Standard)
- h) CANADA GAP (On Farm Food Safety For Fresh Fruit and Vegetables)
- i) GLOBAL G.A.P.

Los esquemas establecidos por la GFSI cumplen satisfactoriamente los requisitos establecidos, sin embargo cada esquema emplea un enfoque específico.

Esquemas de calidad e inocuidad de productos enlatados en la industria del atún en Manta.

Las empresas industriales que fabrican los enlatados de atún en la ciudad de Manta, tienen establecidos sus Sistemas de Gestión de Inocuidad Alimentaria (SGIA) con su propio alcance, estructura, criterios, procesos de certificación y validez. Entre los esquemas de inocuidad alimentaria está el de Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control HACCP, mediante el cual la seguridad alimentaria se cumple con el análisis y control de los peligros físicos, químicos y biológicos en los procesos de adquisición de materia prima, abastecimiento, manufactura, la distribución y el consumo del producto terminado. Las condiciones previas para la aplicación son las Buenas Prácticas de Manufacturas (BPM), que son una serie de prácticas y procedimientos claves para lograr la inocuidad de los alimentos que se manipulan,

puesto que la inocuidad es una responsabilidad de todos los trabajadores que participan en la cadena alimentaria. Otro prerrequisito básico de las HACCP son los POES que contribuye a actuar preventivamente en todas las etapas de elaboración del atún enlatado.

Las empresas atuneras emplean también la norma de seguridad alimentaria BRC Global, que está inserta en la GFSI, cuyo fin es certificar la gestión de la calidad, con la cual se protege a los productos alimenticios en el cumplimiento de las obligaciones legales de seguridad alimentaria garantizando la protección del consumidor. La IFS es la otra norma de auditoría de calidad y seguridad alimentaria de productos alimenticios que se enfoca en la seguridad del consumo de alimentos, cuando existen riesgos de contaminación de los productos en empaque garantizando una calidad acorde a las especificaciones de los clientes, mejorando continuamente los procesos de trabajo, siendo empleada en las empresas del sector atunero de Manta.

También las industrializadoras de atún de Manta emplean otras normas tales como la OU KOSHER, que es una certificación de alimentos según códigos y leyes relacionadas a la tradición judía. También emplean la norma denominada GMP (GOOD MANUFACTURINE PRACTICE) que significa que el fabricante cumple la norma correcta de fabricación, es decir que los productos alimenticios se fabrican de forma consistente y se controlan aplicando las normas de calidad acordes con la legislación vigente, con lo que se asegura que los productos son de calidad. Las otras normas aceptadas por la GFSI como las The Global Aquaculture Alliance, FSSC 22000 ó FS 22000 (Food Safety System Certification), SQF Institute: SQF 2000 (Safe Quality Food), Primus GFS, GRMS (Global Red Meat Standar), CANADA GAP (On Farm Food Safety For Fresh Fruit and Vegetables) y GLOBAL G.A.P., no las han integrado a su sistema de gestión de inocuidad alimentaria las empresas industriales del sector atunero de Manta.

Sin embargo, no hay que desconocer que la Norma SQF 2000 es la que contempla el más completo conjunto de requisitos en el ámbito de la calidad e inocuidad de los productos alimentarios enlatados, ya sea en procesos de crianza o cultivo, preproceso, proceso y producción. De igual forma la norma “Sistema de Gestión de calidad e inocuidad GMP+B2”, las empresas del clúster atunero de Manta

no la están aplicando, las cuales indudablemente garantizan la calidad de los productos a los clientes. Los otros esquemas tienen un alcance más limitado aunque por la naturaleza de pertenecer al sector pesquero se adaptan a las otras normas como BRC ó IFS, con las cuales las industrias atuneras son auditadas anualmente en sus procesos y productos, mediante las cuales propician una mayor flexibilidad para satisfacer las necesidades de los clientes o para hacer frente a los cambios futuros en las normativas existentes.

Las normas de inocuidad alimentaria se encuentran en correspondencia con la norma internacional ISO 22000, la que especifica los requisitos de un Sistema de Gestión de la Inocuidad Alimentaria (SGIA). Con la norma ISO 22000, se hace explícita la aplicación de la norma HACCP, y las demás normas que tratan de la inocuidad alimentaria en cadena de abastecimientos de alimentos y permitiendo una solución específica para las buenas prácticas a nivel global. De allí que los SGIA que cumplen con la ISO 22000 son susceptibles de certificación. El sistema de calidad e inocuidad se articula con las normas ISO 9001: 2008, la cual consiste en varios estándares de calidad en donde se establecen criterios de gestión para un sistema de control de calidad que tiene un componente directo en el cliente, así como motivación de la fuerza laboral, implicación de gerencia y mejoras continuas en la calidad de los productos enlatados. Los principios de la norma ISO propician las herramientas para guiar a las empresas que procuran asegurar la calidad de los productos, cumpliendo de forma consistente con los requerimientos de los clientes.

Normas para la sostenibilidad, sustentabilidad ambiental y comercio seguro

Para garantizar el cumplimiento de los estándares en el manejo de los recursos naturales las industrias del sector atunero de Manta también cumplen con las normativas que tratan sobre la sostenibilidad y sustentabilidad de los recursos pesqueros, obligatorias a nivel mundial. Una de las imprescindibles es la Marine Stewar Ship Council conocida por sus siglas MSC, la que corresponde a estándares de trazabilidad para la cadena de custodio de productos pesqueros, desde pesquerías certificadas hasta su destino final. Con ella se busca la confianza de los compradores y consumidores que las industrias certificadas por MSC se encuentran autorizadas para procesar productos provenientes de pesquerías que cumplen los estándares medioambientales del MSC para la pesca sostenible. Otra norma es la denominada

Dolphin Safe, donde los estándares y políticas forman parte del monitoreo para la pesca del atún que busca detener la persecución, pesca y captura internacional de los delfines y ballenas, así como prevenir el tráfico de mamíferos para lograr que los océanos otorguen seguridad para la vida y el medio ambiente.

Así mismo, la industria atunera de Manta cuenta con normas que se relacionan con el comercio seguro a nivel global, entre ellas está la Business Alliance For Secure Commerce, conocida por sus siglas BASC, la que es una alianza comercial empresarial, generada para promover la seguridad en el comercio. Sus políticas están diseñadas para enfrentar el problema mundial del contrabando en el comercio y mejorar significativamente las políticas de seguridad en instituciones gubernamentales y no gubernamentales. La industria atunera también trabaja con la norma Business Social Compliance Initiative cuyas siglas son BSCI, la misma que es una iniciativa de la Asociación de Comercio Exterior (FTA) con el ánimo de alcanzar el “Libre Comercio y Sostenibilidad Comercial”, orientando un código de conducta que posibilita a las industrias trabajar dentro de un marco de principios de Responsabilidad Social Corporativa, así como los estándares internacionales de trabajo. La norma del BSCI realiza un trabajo en conjunto con entidades gubernamentales mediante las cuales las empresas participan, desarrollan e implementan el sistema en mejores condiciones de trabajo, en la cadena de suministro global.

Otras normas exigidas por diversos países a los que se exporta la producción de enlatados de atún en el cumplimiento de la calidad e inocuidad alimentaria son FDA, Senasa (Argentina), Punto Verde, Europa Unión, Difo (Brasil), Rossel Khoznadzor Certification (Rusia), Invima, Sello Se Hace Bien. Así mismo el sector industrial de enlatados de atún cumple con los requisitos que le impone el Sistema Ecuatoriano de la Calidad para salvaguardar el cumplimiento de conformidades de los productos y servicios. La institución que tiene la capacidad de ejecutar los principios y mecanismos de la calidad y la evaluación de conformidad es el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), conjuntamente con el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), el Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE), ante la cual las industrias atuneras responden por la conformidad de los productos

El crecimiento de Manta y sus factores de desarrollo

La ciudad de Manta cuenta con 226 mil habitantes, de acuerdo a información estadística revelada en el censo de población y vivienda de 2010, y es una de las ciudades que cuenta con mayor crecimiento y nivel de industrialización de la Provincia de Manabí. Tiene un clúster de empresas relacionadas a la producción de atún enlatado, que se dirige al mercado interno y externo. Se tiene a otros sectores industriales que aportan al desarrollo local como son el de grasas y aceites, el de pesca fresca, y otros más. Los sectores señalados se hallan apoyados para su mejor operatividad por centros universitarios, organismos financieros, servicios básicos, vialidad descongestionante, organismos del gobierno, tecnología y comunicaciones, entre otras.

La situación descrita permite evidenciar que, a pesar de representar ventajas para el desarrollo de la ciudad, aun se puede percibir un nivel insuficiente de competitividad de las empresas y un elemento que incide directamente es la calidad que presentan sus productos. Esta condición que presentan los bienes y servicios preocupa al empresario, lo que dificulta la permanencia y participación en el mercado, por tanto, quienes se desentienden de asegurar la calidad en sus procesos y productos pierden oportunidades de negocios pese a que las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta requieren gestionar la calidad como condición indispensable para fortalecer sus capacidades productivas. Esta situación incide en la pérdida de mercado local, nacional y sobretodo el internacional, puesto que otras naciones desplazan nuestra producción, lo que demanda la preocupación de nuestras empresas para buscar estrategias que permitan superar las dificultades que se les presentan en este mundo de cambios imprevistos.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En este contexto el presente estudio pretende absolver las interrogantes siguientes:

Problema General

¿Cómo la calidad influye en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta -Ecuador?

Problemas Específicos

1. ¿Cómo influye el liderazgo de calidad en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador?
2. ¿Cuál es la incidencia de la planificación de la calidad en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta -Ecuador?
3. ¿Cuál es el impacto de la gestión por procesos de calidad en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta-Ecuador?

1.3. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

Este trabajo que estudia la influencia que tiene la calidad en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún en la ciudad de Manta - Ecuador, constituye un aporte para abundar en la teoría específica frente a la necesidad del sector y las exigencias que imponen los mercados nacionales e internacionales en cumplimiento de estándares de calidad en sus productos y procesos. Esto lleva a fortalecer sus niveles de competitividad.

En términos teóricos se ha trabajado con amplitud el tema de calidad, como elemento crítico para la competitividad de las empresas. En relación a los estudios sobre la calidad y su impacto en la competitividad la literatura existente ha sido abordada con la mayor profundidad y extensión. El aporte teórico de esta investigación va dirigido a conocer lo que ocurre en este sector en términos de las variables mencionadas. De allí, que la principal contribución del estudio se constituye en la explicación de cómo la calidad influye en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún del sector industrial de la pesca de la ciudad de Manta, considerándola como un factor crítico para este conjunto de empresas.

Los logros alcanzados en la tesis de grado, se considera, que tendrán una considerable utilidad para las personas e instituciones que están incorporadas en el sector pesquero industrial, en el subsector de las empresas conserveras de atún, puesto que un adecuado conocimiento sobre el sector pesquero es de necesidad imperiosa. Con los resultados esperados en este estudio se desea que las empresas tengan un abanico más

amplio para la toma de decisiones con el fin de mejorar sus grados de competitividad, de allí que esta investigación se encamina a ser una fuente de consulta sobre la calidad y competitividad del sector industrial pesquero, así como una herramienta de trabajo para las personas que cuentan con capacidad y poder de decisión. El mejoramiento del sector contribuirá a una mejor dinámica, que se traducirá en un aumento de la producción y el empleo del país.

1.4. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

El aporte de esta investigación en la práctica está orientado a mejorar las condiciones productivas y administrativas de las empresas del sector industrial de la pesca, identificando y mejorando los niveles de calidad y competitividad en sus procesos y productos. En tal sentido, la tesis de grado será de mucha utilidad para las empresas enlatadoras de atún, así como para las personas con capacidad de gestión, pues tendrán un instrumento que les ayudará en la toma de decisiones más apropiadas para beneficio de sus organizaciones, así como también para las autoridades políticas. Además, el trabajo se constituye en un apoyo para la comprensión de los problemas que se manifiestan al interior del sector empresarial y en definitiva se espera que también sea de validez para influir en el desarrollo de nuestra sociedad.

La metodología de trabajo empleada pretende ser un aporte positivo para otras investigaciones que se realicen dentro el sector objeto de estudio. También procura ser base referencial mediante la cual contribuya a mejorar los niveles de calidad y competitividad de las organizaciones empresariales de este dinámico sector industrial de la pesca de Manta.

1.5. OBJETIVOS

Los objetivos que persigue la presente investigación se han definido de la manera siguiente:

1.5.1 Objetivo General

Determinar el nivel de influencia de la calidad en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta - Ecuador

1.5.2. Objetivos Específicos

1. Establecer cuál es la influencia del liderazgo de calidad en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta - Ecuador
2. Determinar el impacto de la planificación de la calidad en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta - Ecuador
3. Medir la incidencia de la gestión por procesos en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador.

1.6. HIPÓTESIS

1.6.1. Hipótesis General

La calidad influye en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta - Ecuador

1.6.2. Hipótesis Específicas

1. La calidad del liderazgo influye en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta - Ecuador
2. La planificación impacta en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta - Ecuador
3. La gestión por procesos incide en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. MARCO FILOSÓFICO O EPISTEMOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

La discusión sobre la objetividad del conocimiento surge paralelamente con el nacimiento de la filosofía, hace aproximadamente 2600 años. Por ello los pensadores más críticos se los ha identificado junto a una determinada escuela. El reconocimiento de los fenómenos que se dan en la naturaleza o la sociedad, tienen que transitar por el proceso de la investigación científica, para conocer sus diversas manifestaciones. Así, Aristóteles consideraba que la investigación científica tenía su origen allí donde alguien se percataba de la existencia de ciertos fenómenos. Es decir que, para Aristóteles, al principio está la observación, pero es la explicación científica la que logra dar razón de esos hechos o fenómenos.

Y es justamente el cómo se entiende este “dar razón de los hechos” lo que va a caracterizar a Aristóteles y toda una tradición que de alguna manera guarda semejanza o prosigue el tipo de explicación que él propugnaba. Aristóteles pensaba la explicación científica como una progresión o camino inductivo desde las observaciones hasta los principios generales o principios explicativos. Estos principios eran inferidos por enumeración simple o por inducción directa; por cualquiera de los dos métodos se obtenían más generalizaciones acerca de las propiedades de la especie o género. Esta etapa consiste en obtener principios explicativos a partir de los fenómenos que se han de explicar: se denomina inducción”. Mardones, (2013).

La concepción del mundo, fruto de la nueva forma de observarlo, que ya es visible en hombres de la estatura de Galileo o Bacon, no es tanto metafísica y finalista, cuanto funcional y mecanicista. Los nuevos ojos de la ciencia moderna están cubiertos de ansias de poder y control sobre la naturaleza. El centro ya no se constituye el mundo, sino que es el hombre. En virtud de esta razón, su mirada cosifica, reduce a objeto para sus necesidades y utilidades, a la naturaleza. El asomo de este interés pragmático, mecánico-causalista, que no va a preguntar ya por el “por qué” y “para qué” últimos, si no por el “cómo” más inmediato y práctico de los fenómenos y sus consecuencias, surge con fuerza en el siglo que va desde 1543, año

de la publicación de la obra de Nicolás Copérnico “De revolutionibus orbium coelestium”, hasta 1638, fecha en que asoma a la luz los Discorsi de Galileo Galilei. En este “principio de la nueva ciencia”, como lo denomina Dijsterhuis, se materializa un nuevo método científico, una nueva forma de considerar qué requisitos tiene que cumplir una explicación que merezca considerarse científica. Al triunfo social de las nuevas ideas no le van a ser ajenos como venimos indicando una serie de cambios sociales. Mardones (2013).

Al triunfo social de estas renovadas ideas no le van a ser ajenos una serie de cambios sociales. Si se denominan ciencia “fuerza sociales intervinientes” a estos factores sociales que propician el surgimiento y dan autoridad a la ciencia moderna. Así, en primer lugar, la labor de recuperación de la tradición pitagórico-platónica realizada por los pensadores humanistas. Ellos introducen en el pensamiento occidental la concepción de la raíz pitagórico-platónica, que se verá fortalecida por la fe cristiana en el Creador, de que el libro real de la naturaleza se escribe en lenguaje matemático. El italiano Galileo será el paladín de la nueva mentalidad que transforma las explicaciones físicas cualitativas de Aristóteles por las formulaciones matemáticas de Arquímedes.

La nueva clase social tendrá el gusto por una cultura más secular, una propensión a los hechos concretos y su sentido del orden y lo positivo. Se tiene una tradición matemática recuperada, que va a facilitar un gran instrumento a Galileo y sus seguidores para reducir las propiedades de un fenómeno.

La “nueva ciencia” que sustituye a la aristotélica va a considerar como explicación científica a la que llegue formulada en condiciones de leyes que relacionan fenómenos determinados numéricamente, es decir, matemáticamente. Estas explicaciones tomarán las formas de hipótesis causales.

Se podrá comprender ahora por qué, hablando en un sentido muy amplio la confrontación puede expresarse en términos de explicación causal versus explicación teleológica o, como se dirá más adelante, explicación (Erklären) contra comprensión (Verstehen). Los dos grandes temas de debate metodológicos, que perviven hasta la actualidad. Típico de esta tendencia, englobada hoy dentro de lo que se denomina

filosofía analítica, de que los enunciados sometidos a la lógica y la verificación empírica se pueden calificar como científicos. Los demás deben ser considerados desde un principio como absurdos y sin sentido. Científico es por tanto sólo aquel análisis de la realidad que trabaje con estos dos pilares: la teoría de la relación lógico-matemática y la fase o verificación empírica.

Esta teoría de la ciencia ha sido muy influida por estas ideas, pero pronto se vieron las limitaciones del programa del positivismo lógico. Respecto a la construcción de un lenguaje científico, universal, transparente y de interpretación unívoca, surgían las preguntas: el lenguaje científico formalizado, ¿no depende del lenguaje cotidiano?; ¿es posible un lenguaje científico totalmente independiente de un saber cotidiano previo? Mardones, (2013)

Más adelante, Popper propondría que la exigencia mayor de verificabilidad en la experiencia no solo eliminaría las afirmaciones metafísicas, sino que aniquilaría también las hipótesis empiristas y con ello, todo el conocimiento científico natural. Esto porque la mayoría de los enunciados científicos no son verificables empíricamente. En general los filósofos del positivismo lógico trabajaron, casi exclusivamente, de cuestiones sobre los fundamentos de las matemáticas y de las ciencias naturales exactas. Así, la ciencia, según Popper, deja de ser un saber absolutamente seguro para ser hipotético conjetural. Toma una vía inductiva para ser deductiva. Renuncia al criterio de verificación para seguir el de falsificación. Al principio de la ciencia no hay fundamentos infalibles sino problemas y un convencionalismo crítico que se apoya en la fe. Tampoco se puede pretender evitar el lenguaje ordinario y con ello los conceptos «no claros».

Otro pensamiento – fuerza se constituye el racionalismo crítico que reduce en exceso toda la problemática de la ciencia a cuestiones lógico-epistemológicas. Con este argumento se da un paso más allá de las afirmaciones de Popper.

El húngaro I. Lakatos, para quien el proceso de falsificación no aparece ni tan simple y lógico, en contraposición al pensamiento de Popper. Ante las teorías e hipótesis científicas, no se procede buscando su falsificación. Al contrario, los científicos protegen sus teorías con cinturones protectores o de seguridad. Lakatos

mantendrá criterios racionales para la sustitución o eliminación de los programas de investigación, mientras un programa de investigación siga prediciendo nuevos hechos con cierto éxito y explicando más que su rival, no está estancado y no será necesario reemplazarlo por otro.

Ante los argumentos expuestos, el norteamericano Th. Kuhn, (2010) mostraba la inoperancia del criterio popperiano del fenómeno falsable. Ilustraba cómo funciona la ciencia, cuándo y en qué circunstancias se puede esperar una revolución, cambio, y cómo funciona la ciencia en condiciones normales. Introducía además, la atención al estudio de la dinámica del proceso mediante el cual se obtiene el conocimiento científico. Las discusiones posteriores mencionan que la ciencia no presenta un carácter lineal ni acumulativo del desarrollo científico, ni la inconmensurabilidad de los paradigmas, de los métodos en la ciencia.

La deseada búsqueda de discordia, la ruptura, se acentúa tanto en este autor que no solo desembocamos en la búsqueda de lo que pueda falsar nuestras teorías, según plantea Popper citado por Mardones, (2013), sino en aprovechar todo aquello que puede sugerir y despertar la originalidad. Ya no hay método, si no métodos, ya no hay núcleos que salvar, sino dogmas que derribar y nuevas teorías que edificar.

Todavía quedan muchas de las grandes inquietudes que movilizaron desde siempre a los grandes espíritus: la conexión profunda sobre nuestro conocimiento, los supuestos con los que siempre se trabaja, la adecuación y rigor en el uso de los conceptos, la necesidad de la interpretación, la vinculación entre teoría y praxis, descripción y prescripción, observador y teoría, ciencias de la naturaleza y ciencias del espíritu Mardones, (2013).

LA CALIDAD

Para Nebrera, (2006), la gente piensa que la calidad es un fenómeno actual, y que las empresas han descubierto lo que significa en el los siglos XX y XXI. Esto carece de validez absoluta. Ya en la edad media existe constancia de artesanos que fueron condenados a ser puestos en la picota por vender un alimento en mal estado. Y es que la calidad era un tema muy importante en aquella época, dada la escasez de

productos que existía. Los alimentos eran pocos, y los bienes de consumo a altos precios, al tener que ser fabricados de forma totalmente artesanal. Por tanto, desperdiciar alguna de estos recursos era considerado un delito grave.

Si bien, es cierto que es a partir de principios del siglo XX cuando se empieza a formar lo que hoy se conoce por gestión de la calidad, sobre todo desde el desarrollo de la fabricación en serie.

A comienzo del siglo, Frederick W. Taylor (1856-1915), desarrolló una cantidad considerable de métodos para conseguir un rendimiento en la producción, en donde se percibía que a los trabajadores se los asociaba como máquinas con manos. Esta manera de dirigir la gestión administrativa, denominada taylorismo, ha sido practicada durante gran parte del siglo XX, a pesar de haber estado muy lejanas de las ideas renovadoras sobre calidad, fue una idea pionera en las mejoras de los procesos productivos y administrativos.

En 1931, Walter E. Shewart (1891-1967), saca a la luz su trabajo Economic Control of Quality of Manufactured Products, predecesor en el manejo de la estadística dirigida hacia los procesos de calidad. Sus investigaciones fueron punto de partida para otros estudiosos, tomándose como fuente para posteriores desarrollos en el universo de la gestión de la calidad. Adicionalmente, se confluye en los tiempos que las fuerza armadas de los Estados Unidos de Norteamérica toma la decisión de emplear algunos de sus pensamientos para la construcción en serie de máquinas para las futuras guerras entre los países.

Cuando la guerra llegó a su culminación, el Japón prestó atención a la ideas de Deming, Juran y otros, que propician los pioneros pasos de la gestión de la calidad actual. Estos estudiosos debido al rechazo de los norteamericanos a emplear sus pensamientos, toman la decisión de participar en el desarrollo del Japón, logrando los resultados que la historia fecundamente reconoce.

En los últimos años del siglo pasado, el sector industrial del mundo occidental observa la gran desventaja que tiene frente a sus competidores japoneses. Es muy extraño ver que estos pensamientos surgieron de hombres de ciencia

norteamericanos, pero que su industria se revelara opuesta a emplearla. Desde esos años es cuando se escucha sobre el asunto del tema de aseguramiento de la calidad de las organizaciones empresariales, y cuando empiezan a redactarse las primeras normas que orientan sobre los ámbitos de la calidad. En la actualidad, y ya cuando occidente se convence de que su industria ha recuperado ventaja frente a sus competidores japoneses aparecen otros modelos que tiene que ver con la gestión de la calidad.

Así, las normas de calidad ISO 9000 se convierten en herramientas de ineludible cumplimiento en un considerable ámbito de los sectores industriales, y surgen otros modelos de gestión entre los que se pueden anotar: de Excelencia Empresarial de la EFQM y el Malcom Baldrige de los Estados Unidos de Norteamérica. Con ello el cliente se convierte en un sujeto que exige conformidades y cumplimiento a las empresas industriales.

Los paradigmas de la calidad aparecen debido a los requerimientos de mejorar los procesos industriales de las naciones. Por tanto, el Deming Prize japonés, presenta como objetivo demostrar que a través de la aplicación de la calidad en las empresas se propicia el alcance de resultados óptimos. Respecto al modelo Malcom Brigde norteamericano, plantea dos objetivos, uno que tiene que ver con la sensibilización de las empresas del país promoviendo la gestión de la calidad para lograr mejores estándares de competitividad; y otro objetivo encaminado a reconocer los alcances notables de las industrias que implantan la calidad con eficiencia.

El modelo europeo denominado EFQM presenta como objetivo apoyar a las organizaciones la gestión para impulsar la calidad como un elemento para lograr ventajas competitivas globales, propiciando el mejoramiento continuo de la calidad en las industrias locales. El modelo de la calidad Iberoamericano a la Excelencia en la Gestión establece como objetivo apoyar a las organizaciones, con la finalidad de impulsar la aplicación de la calidad. García, (2012).

En correspondencia con los argumentos anteriores, se puede decir que la filosofía sobre la calidad ha pasado por cuatro fases distintas. Estas cuatro fases son.

- Control de calidad

- Aseguramiento de la Calidad
- Calidad total
- Excelencia empresarial

Desde el punto de vista empresarial, la calidad es una filosofía de gestión empresarial que conlleva a la organización a conseguir el mayor nivel de satisfacción de los requerimientos de las conformidades de los clientes.

El término calidad presenta una gama muy diversa de definiciones, pero la fundamental es la que expresa que un bien o servicio que presenta calidad se constituye en el que cumple con todas las expectativas del cliente. Por tanto, se puede comprender que será el producto que brinde las mejores satisfacciones al consumidor y hasta el mismo fin que se le quiera dar, así como la actividad que deba realizar. A pesar de estas aproximaciones de definiciones y entendimiento de la calidad, siempre las personas la comprenderán según su óptica e intereses. Estamos convencidos que no existe una definición única sobre calidad o como debe ser entendida. Pero no es menos cierto que el término calidad se debe de comprender considerando los grandes aportes esgrimidos por los gigantes del pensamiento sobre la calidad.

Diversos estudiosos sobre el tema de calidad como Juran, establecen a la calidad como excelencia, Crosby la presenta como una conformidad sobre las especificidades, así mismo, Burton sostiene que la calidad es un ajuste de las características del producto. De otro lado, Feigenbaum e Ishikawa asocian a la calidad con el valor. Por su parte los gurúes de la calidad Deming y Parasuraman señalan que la calidad es satisfacer o exceder lo que esperan los clientes, se acepta a la calidad como la adecuación lista para su empleo, García, (2012).

A partir de los últimos tiempos, las evidentes implicaciones de manejar una orientación que se dirija hacia la mejora continua de la calidad sobre la competitividad de las organizaciones ha favorecido la aparición de varios trabajos en el área académica que analizan el contenido y proceso del empleo de sistemas de calidad, así como también de los impactos sobre el movimiento de las organizaciones y sus resultados. La mayoría de los estudios prácticos que han tratado sobre la

calidad se han orientado hacia el estudio de empresas industriales, o en el mejor de los casos incluyen a organizaciones tanto industriales así como de servicios. En todo caso, a pesar de la influencia que tienen los servicios en la mayor parte de los países el estudio de la calidad al interior del sector no ha recibido la atención respectiva, como si lo han tenido las empresas del sector industrial.

LA COMPETITIVIDAD

Abordar el concepto de competitividad dentro del marco de accionar de una nación no es nuevo, en razón que sus inicios vienen desde la época mercantilista, con sus teorías sobre el comercio. Pero a pesar de ser un concepto que ya se discutía en varios siglos anteriores, carece de una literatura específica que permita comprender lo que en sí significa. Una gran cantidad de investigadores se han internado en este campo para analizar esta situación proponiendo, esencialmente, que cada país tiene distintas ventajas comparativas (recursos naturales, costes de producción, etc.), por lo que carece de sentido proponer una teoría que manifieste la riqueza económica de las naciones con un reducido número de elementos genéricos y universalmente adaptables.

Además, Michel Porter, sostiene que antes de patrocinar cualquier definición que trate sobre competitividad, es más importante la proposición de un cuerpo explicativo que sea universalmente aceptada para definir adecuadamente la competitividad de un país. El término competitividad se convierte en un concepto muy popular, y a la vez extraordinariamente analizado, lo que genera debates controversiales en los escenarios académicos y científicos, empresariales, de gobierno, y hasta en los medios de prensa. Como lo señaló Hamel, (1994), “la competitividad despierta un interés floreciente en distintos grupos: los políticos pretenden mejorarla, los legisladores debaten sobre ella, los editores publican sobre ella, los consultores viven de implantarla y los economistas intentan explicarla y medirla”.

Se acepta por convención que el término competitividad surgió al lado del ámbito microeconómico de la empresa. En reiteradas ocasiones se emplea no atendiendo el caso al contexto empresarial, sino al que tiene respecto al de una

economía nacional en todo su conjunto, además de sus sectores productivos y empresas. Según Fernández, (1995) este hecho es debido a que “mejorar el conocimiento sobre el comportamiento de las empresas nunca ha sido prioridad de los economistas”. El resultado directo se refiere a que cuando ha sido necesario identificar las bases de la competitividad, la atención se ha dirigido hacia los niveles superiores, como los países y regiones o las industrias, situación que posiblemente se ha tornado como una de las propuestas más atractivas que ha influido en el campo de los estudios estratégicos formulados por Porter, en la década de los ochenta del siglo anterior. En este caso, es necesario señalar las tres aristas que aunque diferenciadas son realmente complementarias.

La primera se refiere a la determinación del atractivo del sector industrial que se logra por medio del estudio a las cinco fuerzas competitivas: proveedores, compradores, productos sustitutos, competidores potenciales y competidores actuales. Del análisis que se realiza al poder que ejercen estas cinco fuerzas competitivas sobre la empresa, proporciona, junto con las barreras de entrada y salida el instrumento para medir el atractivo que posee el sector industrial. En el sentido de la propuesta que plantea Porter, en alguna medida este podría ser la base del análisis externo.

La segunda dimensión se refiere a la cadena de valor que reside fundamentalmente en el conjunto de actividades que una empresa desempeña para diseñar, producir, llevar al mercado, entregar y apoyar a los productos. También, una empresa posee una serie de actividades que realiza en sus movimientos cotidianos, estando encadenadas entre sí y con el exterior, de una determinada manera que le otorga una posición competitiva determinada. Por tanto, el conocimiento de la cadena de valor de una empresa no es más que una forma de conocer a la empresa, su interior, para descubrir cómo funciona, es decir, de hacer análisis interno.

Finalmente, Porter, (2006) bosquejó una clasificación sobre la estrategia que cierra este ciclo y que permite, una vez analizados los entornos externos e internos de la empresa, proponer una estrategia para conseguir, como él mismo indica, ventajas competitivas sostenibles en el tiempo.

Saavedra, (1999), sostiene sobre la competitividad que es un aspecto que adquiere cada vez mayor relevancia en el campo de las empresas, como consecuencia de las exigencias del entorno económico actual enmarcado en el proceso de la ola globalizadora. En tal sentido, como autor de este trabajo se puede inferir que el desarrollo del sector privado y en particular de las pequeñas y medianas empresas (pymes), es de suma importancia, tal como lo sostiene Listerri et. all. (2002). En tal contexto, se puede argumentar que la competencia de estos agentes económicos para asimilar conocimientos y tecnología para producir, cooperar y competir en los mercados resultan cruciales para que las naciones hagan uso eficiente de sus recursos y alcancen elevados niveles de productividad y competitividad.

El escenario de intensa competencia que viven actualmente las empresas las obliga a mantener, incluso acrecentar, la participación en el mercado, para lo cual deben cuidar la continua innovación de productos, procesos y sistemas de producción flexibles, para responder de manera inmediata a los cambios que se suceden en el entorno, imprimiendo mayor énfasis en la disminución de costos y en el aumento de la productividad, la búsqueda constante de nichos de mercados y el impulso de mano de obra calificada, todo ello con el fin de insertarse al mercado global, según plantea Cervantes, (2005).

Lombana, (2006), sin embargo sostiene que tanto el comercio inter como intra industrial pueden motivar el crecimiento, unificarse en un único concepto que los abarque; y, en este punto la competitividad podría surgir como la definición en su dotación vinculante.

El autor de esta investigación, por tanto, expresa que la noción de ventaja comparativa está basada en la posición de la dotación de factores de un país, entorno donde ninguna empresa participante dentro de una industria tiene una ventaja sobre otra. Esto se fundamenta en la dotación de factores (características de bienes públicos). A diferencia de la ventaja comparativa, la ventaja competitiva es creada y apropiada por firmas individuales (características de bienes privados), lo que es indicativo que, no se puede escoger entre uno de los dos paradigmas, pues no son ni mutuamente exclusivos ni explícitamente separables. En tal circunstancia se puede sostener que es inapropiado presentar la ventaja competitiva como una alternativa

(sustituta) de la ventaja comparativa. Las dos teorías tienen que ser debidamente vistas como complementos más que como competidores en la formulación de políticas comerciales e industriales. Mahmood, (2000).

En tal sentido, se ha generado un debate en cuanto a la conveniencia de utilizar la competitividad como campo analítico, esto se debe, a que existen en economía conceptos que pueden definir con mayor rigor y consenso los problemas económicos, por lo que bien se puede afirmar que la competitividad es un concepto que ha causado controversia entre autores de la Nueva Teoría Económica. En este sentido se puede traer al escenario la idea de que “La prosperidad de un nación depende de su competitividad, la cual se basa en la productividad con la cual ésta produce bienes y servicios. Políticas macroeconómicas e instituciones legales sólidas y políticas estables, son condiciones necesarias, pero no suficientes para asegurar una economía próspera. La competitividad está fundamentada en las bases microeconómicas de una nación: la sofisticación de las operaciones y estrategias de una compañía y la calidad del ambiente microeconómico de los negocios en la cual las compañías compiten. Entender los fundamentos microeconómicos de la competitividad es vital para la política económica nacional”. Porter, (2006)

Los argumentos expuestos permiten expresar que, para conceptualizar la competitividad es necesario determinar el nivel de análisis sobre el cual se va a enmarcar la discusión. El nivel de análisis es el espacio analítico en el cual agentes económicos se ubican de acuerdo a su nivel de agregación, macro y micro. En el nivel macro se ubican los agregados macroeconómicos; y, dentro de este lo que sería la escuela tradicional, que considera a los países como unidad de análisis, que mide y define la competitividad cuantitativamente a través de su rendimiento comercial, balanza de pagos, comportamiento de la tasa de cambio, entre otras medidas; y, cualitativamente, por medio de la actividad científica y tecnológica del país o los resultados de las instituciones de investigación y desarrollo. En el nivel microeconómico, están los sectores, empresas y productos en los que se evalúa la competitividad. Este análisis es evaluado, por lo que se podría llamar la aproximación moderna de la competitividad.

El análisis de las anteriores premisas, permite proponer como definición de la competitividad: un concepto comparativo entre las empresas en el ámbito regional que buscan la creación y agregación de valor, utilizando las estrategias gerenciales apropiadas para generar prosperidad enmarcado en el ambiente competitivo sostenido en los niveles macro, meso y micro. Lombana, (2006).

En relación a la definición expuesta se considera la obtención de tres componentes básicos. En primer lugar, el ámbito de la competitividad se piensa que es comprensible si se indagan puntos de referencia o paralelismos entre las industrias. En tal virtud la competitividad no corresponde a un juego de suma cero en tanto que las organizaciones que ganan no se las puede encasillar que lo hacen perjudicando a las empresas que participan en el negocio.

Se acepta que desde la competitividad del conjunto empresarial dependerá un ambiente de estabilidad permanente en los ámbitos micros y el logro de las condiciones para las industrias en forma constante. Por tanto surge la sostenibilidad como un segundo componente que da el dinamismo al mundo proactivo competitivo. Al crear un valor más alto, las industrias, con un ambiente competitivo saludable se puede propiciar la agregación que les cree más réditos sostenibles, que finalmente produzca impacto en el crecimiento y desarrollo económico de las naciones y de las mismas organizaciones empresariales.

2.2. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

Para tener un manejo adecuado del objeto de estudio se hace una revisión de varias tesis de grado doctoral que abordan temas referidos a la calidad y competitividad, desde distintas vertientes teóricas, entre las que se cita las siguientes:

- a) Análisis del nivel de implantación de la calidad. Estudio empírico en el sector de alojamiento turístico, de la Universidad de Vigo, España, de Álvarez G. José (2012), en la que plantea como problema general ¿Cuáles son las barreras que impiden implantar un Sistema de Calidad Total en las empresas turísticas de alojamiento?, y el objetivo general se orienta a desarrollar un marco teórico y

práctico que sirva a las empresas del Sector de Alojamiento Turístico para implantar y mejorar su Sistema de Calidad como fuente de ventaja competitiva.

El instrumento utilizado para recoger la información fue el cuestionario. Las conclusiones a las que arriba este autor se expresan como sigue:

- Los establecimientos de alojamiento perciben que la “Q de calidad” les facilita un mejor posicionamiento en el mercado y les diferencia dentro del sector, en tanto les proporciona una manera de organizar el trabajo fundamentado en la calidad de los servicios (dirección y gestión, organización diaria y atención al cliente) y les motiva a una mejora continua de todos los procesos, lo que repercute, ante todo, en la atención al cliente y en los servicios que se ofrecen. La implantación y certificación les garantiza la satisfacción y el cumplimiento de las expectativas de los clientes, puesto que éste percibe que la empresa trabaja con calidad.
- La decisión de implantar un Sistema de Gestión de Calidad en este caso la “Q de Calidad Turística” está muy poco influenciado por la exigencia de los clientes o por el hecho de que otros competidores ya la posean. Ello se debe al desconocimiento por parte de los clientes del sector turístico de cómo influye la calidad en el servicio recibido, así como al desconocimiento de las marcas de calidad, quizás derivado de una falta de promoción.
- Para las empresas con un enfoque de Gestión de la Calidad Total (Q de la Calidad Turística, norma intermedia entre ISO y Modelo EFQM) son los motivos internos y de eficiencia los más importantes, predominando la meta establecida por el equipo de dirección como razón más importante para llevar a cabo la implantación del mismo.
- Las empresas del sector de alojamiento turístico en España se ven impulsadas a implantar y certificar la Q de Calidad, para obtener una mejora en la calidad de los servicios, de los procesos y procedimientos internos de la empresa y reforzar su competitividad, así como, la reducción de quejas, muy importante en este sector.

Las recomendaciones se plantean en el siguiente orden:

- Los gestores de los establecimientos hoteleros, que deseen mejorar su nivel de implantación de los factores críticos (incrementar su madurez en la calidad), deben centrarse en la mejora de los aspectos internos (mejora de procesos y calidad de los servicios prestados, incremento de la eficiencia y mayor control de las actividades, lo que les llevará a un mayor grado de implantación de los factores críticos de la calidad (liderazgo, gestión de procesos, gestión de los empleados, aprendizaje, gestión de la calidad y alianzas y recursos), mejorándose su nivel de calidad y como consecuencia directa los beneficios.
 - Tener en cuenta que la implantación del mismo supone y además requiere, un cambio profundo en todos los aspectos relevantes que configuran la organización y que caracterizan su funcionamiento. Por este motivo los directivos de las empresas deberán tener en cuenta la necesidad de dedicarles tiempo a las tareas de calidad para asegurar, en la medida de lo posible, que la implantación tenga éxito.
 - Los directivos deberán aprender a gestionar las resistencias al cambio que suelen aparecer. En este sentido, los líderes del proceso de implementación del Sistema de Gestión de Calidad deberán tener en cuenta al iniciar el proceso las fuentes más habituales de resistencia al cambio.
- b) Calidad de servicio y valor de transporte intermodal de mercancías: Un modelo integrador de antecedentes y consecuentes desde la perspectiva del transitario, de la Universidad de Valencia, España, de Ospina P. Santiago (2015), que plantea como problema general ¿Por qué se carecen de servicios de calidad y valores de transporte intermodal de mercancías? Y como objetivo general: Conocer las relaciones que los transitarios establecen con sus clientes, empresas importadoras-exportadoras en Europa, que les demandan un servicio de transporte puerta a puerta, así como analizar los procesos de valoración del modo de transporte (marítimo, aéreo o por carretera) que seleccionan y que les permitirá ofrecer un servicio logístico de calidad.

Se ha utilizado como instrumentos de recolección de datos el cuestionario y las conclusiones se manifiestan de la siguiente manera:

- Establecer un marco conceptual del transporte de mercancías y a un nivel superior, de la logística, como una variable estratégica de la gestión de las empresas y como disciplina de investigación.
- Profundizar en los conceptos de calidad de servicio y valor percibido como principales variables para la evaluación de los servicios de transporte de mercancías.
- Identificar las principales variables antecedentes que determinan la calidad de servicio y el valor percibido, así como las consecuencias que de ellas se derivan.

Las recomendaciones se plantean de la siguiente manera:

- Si bien la figura del transitario es la más común en la gestión del transporte de mercancías en España, existe una porción del mercado del transporte de mercancías que es gestionada directamente por los fabricantes, lo que supone una aproximación diferente a las relaciones que se establecen con los transportistas, y como consecuencia, una valoración diferente de los atributos y dimensiones que se combinan para formar la calidad de servicio. De esta forma, una futura línea de investigación puede ser la estimación del modelo propuesto a través de una muestra de empresas fabricantes que tengan relación directa con empresas de transporte de mercancías.
- Por otra parte, a partir de la revisión de la evolución de las actividades logísticas realizada en los primeros capítulos de esta tesis, en donde se puede observar la existencia de una tendencia integradora en el sector de los servicios logísticos, en donde cada vez las empresas participantes de este mercado ofrecen un conjunto más completo de servicios, se propone el desarrollo de investigaciones en las que no solo se analice el transporte de mercancías sino también otro tipo de servicios, tales como la gestión de aduanas, el almacenamiento, entre otros.
- También se sugiere una oportunidad de investigación futura asociada al formato de escala. Si bien en este trabajo empleamos la escala Likert de 5 puntos, que ha sido ampliamente utilizada en las investigaciones en marketing, se señala que su utilización no representa con tanta claridad las diferencias graduales que

podrían haberse manifestado mediante el empleo de una escala con mayor número de posiciones.

c) Diseño de un sistema de Gestión de la Calidad Total en el ámbito deportivo. Modelo MEXD de excelencia deportiva, de la Universidad de Valencia de Salazar Ch. Iván (2015), en la que el problema general se orienta a conocer ¿Cuáles son los elementos que se requieren para establecer un sistema de gestión de calidad total en las empresas deportivas?, y el objetivo general está dirigido a desarrollar un modelo de gestión de calidad total que permita la evaluación del nivel de excelencia deportiva de las organizaciones vinculadas al ámbito del deporte.

El instrumento que se utiliza para recoger la información fue el cuestionario y las conclusiones se manifiestan así:

- La mayor exigencia con el cumplimiento de los requisitos deportivos y todos aquellos aspectos vinculados directamente con la actividad deportiva que practica así como la posibilidad de mejorar sus indicadores de rendimiento deportivo y sus propios resultados deportivos se produce en los deportistas profesionales.
- La alta exigencia sobre los recursos humanos con responsabilidad en la instalación deportiva o la celebración del evento (la formación, la capacitación o el comportamiento) se produce en los deportistas amateurs.
- El cumplimiento con los aspectos relativos a la seguridad son demandados de manera más relevante por los deportistas profesionales durante la celebración de un evento deportivo y por el deportista amateur durante la utilización de instalaciones deportivas.
- La mayor demanda de excelencia en la gestión (liderazgo, procesos, recursos, alianzas, etc.) se produce en deportistas profesionales durante la práctica de un evento deportivo.

Las recomendaciones se refieren a:

- El Modelo de Excelencia Deportiva (MEXD) definido se trata de una herramienta para la gestión de la calidad que posibilita orientar la organización del ámbito deportivo hacia el cliente, siendo uno de sus frutos la sensibilización del equipo directivo y del staff en aras de la mejora de sus productos y/o servicios deportivos.
- Es un instrumento práctico que permite a las organizaciones del ámbito deportivo evaluar dónde se encuentran en su camino hacia la excelencia deportiva, ayudándoles a identificar sus fortalezas y posibles carencias con relación a su misión y visión, disponer de un lenguaje único y modo de pensar sobre la organización, lo que facilita la eficaz comunicación de ideas dentro y fuera de la misma, integrar las iniciativas existentes y planificadas, eliminar duplicidades e identificar carencias y disponer de una estructura básica para el sistema de gestión.
- Las directrices que el Modelo MEXD proporciona a las organizaciones para alcanzar la excelencia deportiva, se materializa mediante la integración de 3 componentes: Los principios fundamentales de la Excelencia Deportiva, la autoevaluación y el Modelo MEXD de Excelencia Deportiva. Gracias a estos tres elementos integrados, las empresas alcanzan la excelencia.

d) Evolución en la calidad de las inspecciones de seguridad industrial provocada por los nuevos modos de regulación de la Universidad de Córdoba, España de Méndrida P. Jesús (2015), en la que el Problema General se plantea como sigue: ¿Por qué existen acontecimientos en las empresas industriales que disminuyen la calidad de los servicios sobre las inspecciones de seguridad industrial?, y el objetivo general está referido a analizar la influencia que pueden tener los cambios en los modos de regulación de las actividades que realizan los operadores en materia de inspección sobre equipos e instalaciones, las cuales deben cumplir y asegurar unos requisitos técnicos y de seguridad que garanticen un nivel aceptable de riesgos a los usuarios.

El instrumento utilizado para recoger la información fue el cuestionario. Las conclusiones que este autor plantea son las siguientes:

- El mercado único tiene por objetivo eliminar las barreras y simplificación de las normas existentes para permitir que todos en la Unión Europea (individuos,

consumidores y empresas) puedan aprovechar al máximo las oportunidades que les ofrece un acceso directo a 28 países y 480 millones de personas/consumidores.

- Toda la regulación europea, relacionada con el comercio de bienes, se refiere a productos y a su comercialización entre los distintos países miembros de la Unión Europea. La regulación referida a las regulaciones es propia de cada país miembro y nada tiene que ver la una con la otra.
- Se legisla pensando que una liberalización a ultranza aporta incremento de productividad y competitividad en los mercados, sin poner coto y deslindar aquello que no debe estar sujeto a la libre competencia, utilizando terminología y regulación de ámbito europeo para la comercialización de productos en la legislación sobre el control y seguridad de las instalaciones.

Así mismo, se considera las recomendaciones siguientes:

- Toda legislación europea nace con el Acta Única y da origen al Mercado Común Europeo tiene como fundamento la mejora de la funcionalidad de dicho mercado, creando mecanismos de armonización técnica, normalización, acreditación, evaluación de la conformidad, vigilancia del mercado, entre otros.
- La seguridad de las instalaciones es responsabilidad de cada país y, en el caso español, de cada comunidad autónoma, ya que poseen el poder ejecutivo.
- El marco de la seguridad de las instalaciones industriales requiere unos reglamentos y disposiciones, una acreditación de competencias técnicas, unos organismos de control acreditados y autorizados, requiere en suma que, mediante el control se garantice el mantenimiento de las condiciones de seguridad de las instalaciones y equipos para la seguridad del ciudadano.

e) Un sistema de indicadores de calidad para el mejoramiento de programas universitarios en administración, de la Universidad del Atlántico en Barranquilla, Colombia, de Sánchez Q. Jairo (2013). El Problema General de este trabajo de investigación doctoral se expresa cono sigue: ¿A partir de la comprensión de las

perspectivas de directivos, egresados, profesores y pares evaluadores en relación con las razones fundamentales que determinaron los mejores resultados en las pruebas ECAES 2004-2010 y la acreditación por alta calidad, además del análisis por indicadores, cuál es el sistemas de indicadores cruciales que se requiere configurar para mejorar la calidad integral de los Programas Académicos en Administración de Empresas?

El objetivo general consiste en configurar un sistema de indicadores de calidad que potencialmente para contribuir al mejoramiento de programas en Administración de Empresas a partir de la comprensión de los factores que determinaron los mejores resultados en las pruebas ECAES 2004-2010, la Acreditación de Alta Calidad y las perspectivas de directivos, egresados, profesores y pares evaluadores.

Los instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron el cuestionario y la técnica empleada es la encuesta.

Como conclusiones se plantean:

- Un indicador es una señal, signo, pista o expresión cualitativa o cuantitativa que es postura de significación o evidencia el grado, medida o existencia de una condición o fenómeno y su tendencia, en relación con una expectativa, objetivo o meta deseada.
- Los indicadores contribuyan a comprender y mejorar la calidad de la educación superior. Lo que se puede medir se puede comprender mejor y lo que mejor se comprende se puede mejorar.
- Los indicadores de calidad son fundamentalmente indicadores de desempeño asociados a los objetivos y metas de los programas de educación superior y que internacionalmente existe la tendencia de usar tantos indicadores cuantitativos como cualitativos asociados a insumos, procesos, productos y contextos.

Este autor arriba a las siguientes recomendaciones:

Los indicadores relacionados con los profesores y la enseñanza son fundamentales para el logro de la calidad y el aprendizaje.

- Hay coincidencia en programas exitosos que en todos hacen investigación y selección colegiada tendencialmente objetiva de nuevos profesores y toman seriamente las competencias en las que están formando y los perfiles cognitivos estudiantiles de ingreso o inicio o de salida, ocupacionales y profesionales.

f) La calidad total en organizaciones y entornos complejos: análisis en una aerolínea de bandera, de la Universidad Autónoma de Madrid, de Roncalli S. Maranhao, (2011). Este investigador presenta como problema general ¿Cuáles son los factores que inciden en la efectividad de un modelo de Gestión de Calidad en las organizaciones aéreas?, y como objetivo general se propone analizar la efectividad del modelo de gestión de la calidad – TQM adoptado por las organizaciones y entornos de elevada complejidad, es decir, entendidos ambos como sistemas complejos adaptativos.

Como instrumentos de recolección de datos se utilizaron el cuestionario y la técnica empleada es la encuesta, fuentes de datos secundarios.

Las conclusiones de este trabajo se dirigen en el siguiente sentido:

- La aplicación de un Modelo de Calidad Total en una organización y entornos complejos adaptativos de tipo IV requiere la participación e implicación de toda la organización.
- La definición de indicadores en un Modelo de Calidad Total en una organización y entornos adaptativos complejos de tipo IV ha de considerar la ausencia de linealidad, homogeneidad y unidimensionalidad en los aspectos que se tratan de evaluar.

En el mismo sentido, plantea las siguientes recomendaciones:

- Trabajar de manera reflexiva y sistemática, los gerentes trabajan en ritmos muy acelerados y el trabajo se caracteriza por brevedad, variabilidad, discontinuidad.
- El TQM puede ser un método poderoso de proceso de cambio, y requiere del tiempo suficiente para que sea efectivamente implantado.

g) Implantación del Sistema de Gestión de la Calidad en las instituciones públicas de educación preescolar, básica y media del Municipio de Villavicencio (Colombia). Estudio de casos múltiples. Uned Colombia de Porras A. Esperanza (2013). En este trabajo de investigación se plantea como problema general: ¿Qué condiciones afectan la implantación de un Sistema de Gestión de Calidad en las instituciones públicas de educación preescolar, básica y media?, y como objetivo general: identificar las variables de tipo administrativo, organizacional, cultural y de conocimientos sobre gestión de la calidad, que condicionan la implantación del Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) en las instituciones públicas de educación preescolar, básica y media, del Municipio de Villavicencio (Colombia).

El instrumento utilizado para recoger la información fue el cuestionario y la técnica empleada es la encuesta, fuentes de datos secundarios.

Las conclusiones que se plantean se enuncian en el siguiente orden:

- Es indispensable propiciar el acercamiento de los padres a través de la escuela de padres, generando estrategias que permitan superar los frecuentes inconvenientes que se han presentado en relación con la inasistencia a las convocatorias que hace el colegio. Estos componentes obtuvieron baja valoración en la autoevaluación institucional.
- En general, para asegurar el éxito para la implantación del SGC los colegios deben prestar atención a los distintos componentes que obtuvieron menores valoraciones, priorizándolos según su nivel de urgencia, tendencia e impacto.
- Las Secretarías de Educación y el Ministerio de Educación Nacional, deben formular las directrices que guíen u orienten a los colegios públicos de preescolar, básica y media, bajo su administración, en la implantación del SGC, para asegurar el éxito de dicho proceso, aún en gestación en el país.

Las recomendaciones que surgen de esta investigación se expresan como sigue:

- En este estudio se suministra suficiente información acerca de las condiciones en que se obtuvieron los resultados, tales como las características de los instrumentos

y condiciones de validación y aplicación, caracterización detallada de los sujetos intervinientes, de las técnicas de análisis de resultados.

- Es importante buscar el uso de los resultados bien sea a nivel interno o externo, para ello hay que insistir en su publicación. De nada sirve una investigación que no trascienda, que se quede archivada.
- Las evidencias deben recogerse sistemáticamente puesto que de alguna manera respaldan el trabajo de investigación y ayudan a la consolidación del informe.

h) La relación entre el sector industrial y el tamaño de la empresa con las prácticas de la calidad total y el desempeño organizacional, de la Pontificia Universidad Católica del Perú, de Pino J. Ricardo (2008), en la que el Problema General está dirigido a establecer si ¿Existe una relación positiva entre las prácticas de la calidad total y el desempeño operacional?, y el objetivo general se refiere a determinar si las prácticas de la calidad total están relacionadas con el desempeño operacional y organizacional, y describir en qué medida la relación entre las prácticas de la calidad total y el desempeño operacional es distinta de acuerdo al sector industrial y al tamaño de la organización.

El instrumento utilizado para recoger la información fue el cuestionario y la técnica empleada es la encuesta, fuentes de datos secundarios.

Las conclusiones de este trabajo son las que a continuación se expresan:

- Las prácticas de la calidad total tienen una relación significativa con el desempeño operacional de las organizaciones privadas. Esto es válido tanto para empresas productoras de servicios pequeñas, medianas y grandes, como para las empresas productoras de bienes medianas y grandes. En el caso de las empresas productoras de bienes pequeñas, esta relación no pudo ser establecida por el reducido tamaño de muestra conseguido.
- Las prácticas de la calidad total no guardan la misma relación con el desempeño operacional para todo tipo de empresas. Esto está a favor del argumento que defiende que la gestión de la calidad total debería ser contextual. Además ha

quedado mostrado que las variables tamaño de la organización y sector industrial son relevantes para el análisis de cuáles serían las prácticas que influyen más en el proceso operacional.

- En la medida que una empresa crece van adquiriendo importancia las relaciones que se puedan establecer con los proveedores, ya que las empresas suelen especializarse en ciertos procesos e incrementar la relación de interdependencia con aquellos.

Siguiendo el orden lógico del trabajo de investigación, este autor plantea las recomendaciones que a continuación se expresan:

- Diferentes modelos han sido propuestos en varios países para guiar a las empresas en sus esfuerzos hacia una mejor gestión de la calidad. Siendo el Perú un país que presenta características culturales distintas a las de muchos países desarrollados, se requiere elaborar un modelo de gestión de la calidad adaptado a los factores culturales propios del país.

- El presente estudio ha sido conducido midiendo la percepción de los trabajadores del nivel medio en las organizaciones. Por tanto, se hace necesario constatar estos resultados con las percepciones de la alta dirección para conocer en más detalle hasta qué punto son significativas las diferencias de percepción entre estos dos grupos, si las hubieran.

i) Flexibilidad en la fabricación y estrategias de exploración y explotación: un enfoque basado en la gestión de la calidad, de la Universidad de Granada, España, del autor Tamayo T. Javier (2009), quien plantea la siguiente interrogante ¿Cuál es la diferencia significativa en la flexibilidad y estrategias en las organizaciones en un enfoque basado en la gestión de la calidad? como Problema General y en el mismo sentido, determina como objetivo general: estudiar si existen diferencias significativas en el modo de actuar entre empresas con características estructurales diferentes, a partir de la implantación de un Sistema de Gestión de Calidad reconocido. Para la recolección de la información se utilizó como instrumentos el cuestionario y la técnica empleada es la encuesta y fuentes de datos secundarios.

- Las conclusiones a las que arriba este autor son las siguientes:

El estudio de las características de la empresa y el desarrollo de las teorías sobre la gestión de la calidad, lleva a replantear nuestras hipótesis así como justificarlas distinguiendo entre empresas que posean sistemas de gestión de la calidad, por un lado, y empresas que no lo posean, por otra.

- Se ha podido verificar que el dinamismo del entorno beneficiará la exploración de las empresas sin sistema de calidad, mientras que las empresas con este sistema, irán en contra del desarrollo de la exploración.
- El desarrollo de las dimensiones de la flexibilidad en la fabricación favorece el desarrollo de los comportamientos estratégicos.

Las recomendaciones se plantean en el siguiente sentido:

- Las empresas deben aprender de cualquier factor del entorno, ya sean clientes, competidores o proveedores, pero saber compararse con las características comunes, es básico para un correcto funcionamiento y rendimiento.
- Los responsables de las organizaciones deben crear y apoyar una cultura empresarial que, ponga énfasis en el aprendizaje continuo, fomentando los programas de desarrollo de habilidades y promoviendo incentivos para el desarrollo continuo de capacidades que faciliten la aceptación de los cambios organizacionales.

Respecto a la variable sobre competitividad se analizaron las siguientes tesis de grado doctoral.

- a) Hacia un análisis integral de la competitividad integral: el caso del Estado de Querétaro, México”, de la Universidad de Deusto, España, de Leal G. Claudia (2015). En este trabajo se plantea como problema general: ¿Cuáles son los principales factores de un análisis integral hacia la competitividad regional integral en Querétaro México? Y el objetivo general se encamina a identificar, a partir de la literatura, un modelo regional de competitividad más amplio que permita incorporar en el análisis al elemento humano y luego, desarrollar una metodología y una aplicación para reinterpretarlo al contexto del estado de Querétaro, México, enmarcando simultáneamente a ambos conceptos.

Los instrumentos de recolección de datos utilizados para este efecto es el cuestionario y la técnica empleada es la encuesta y fuentes de datos secundarios

El autor de esta investigación plantea las siguientes conclusiones:

- Hay evidentes muestras de cómo la competitividad en el Estado de Querétaro ha conducido a la existencia de una mejor infraestructura física y tecnológica y a mayores ingresos per cápita. Sin embargo, también señalan una serie de externalidades negativas que se han creado, como resultado de elementos que son clave para la productividad, como la aglomeración y la movilidad de las personas.
- Los avances en áreas como la psicología y la sociología han contribuido a mejorar las medidas de bienestar desde una perspectiva más amplia y no sólo desde el nivel de ingreso. Sin embargo, los indicadores actuales de competitividad aún no logran incorporar estos avances y siguen limitando su enfoque a un conjunto de variables que sirven más para medir la productividad y el crecimiento económico que el progreso social.
- La productividad y el nivel de ingreso seguirán siendo medidas de competitividad y de bienestar, pero deben ser complementadas con otras medidas que enseñen el bienestar desde una perspectiva bidimensional.

Las recomendaciones que se originan de este trabajo se plantean a continuación:

- Impulsar el análisis de la competitividad localizada (place-based competitiveness) con el fin de fortalecer el entendimiento del cómo los determinantes de competitividad de un lugar en específico contribuyen a identificar los medios que pueden mejorar el desempeño económico de dicha región.
- Contribuir a la comprensión de que la competitividad es un proceso complejo por la interdependencia tanto positiva como negativa que hay entre dichos determinantes y disponer de esta información, es especialmente útil para el diseño de políticas públicas que detonen el desarrollo regional del estado de Querétaro.

- A través de esta metodología aplicada en este trabajo es posible coadyuvar al diseño de políticas económicas y sociales en otras regiones, una vez que al ser replicada se puedan identificar las fuentes que mejoran y que pueden frenar la competitividad local, se comprendan las interrelaciones entre las mismas, se identifiquen y prioricen los atributos con los que sus ciudadanos asocian el concepto de bienestar y se reflexione sobre los efectos negativos que la competitividad tiene sobre su propio bienestar.

b) Modelo de competitividad para productores del sector floricultor, del Instituto Politécnico Nacional de México, de la autora Coria P. Ana (2012), cuyo Problema General es ¿Cuáles son los factores que influyen en el manejo de un modelo de competitividad del sector floricultor? Y el objetivo general se orienta a: determinar en qué medida la calidad, la innovación, las capacidades gerenciales, las capacidades de mercadotecnia inciden en la competitividad de los productores del sector floricultor del pueblo de San Andrés Totoltepec, Tlalpan, con el fin de contar con elementos para proponer un modelo de competitividad que les permita establecer estrategias de mejoras. El instrumento utilizado para recoger la información fue el cuestionario y la técnica empleada es la encuesta y fuentes de datos secundarios

Las conclusiones que surgen de este trabajo se orientan a: profundizar el conocimiento de las pequeñas empresas y analiza los factores internos que se considera pueden influir en su competitividad.

Este autor sugiere en las recomendaciones.

- Realizar un estudio longitudinal para comparar los procesos de evolución de la competitividad, así mismo permitirá conocer el impacto de los factores en la competitividad de los productos, a corto, mediano y largo plazo.
- Implementar el modelo y sus estrategias de mejora considerando las características particulares de este tipo de productores.

c) Las estrategias competitivas de las micros y pequeñas empresas detallistas ante la gran distribución, de la Universitat Internacional de Catalunya, de Garrido P. Jordi (2012), cuyo problema general consiste en despejar la interrogante ¿Qué

estrategias competitivas deben utilizar los micro y pequeños detallistas para competir con éxito ante la gran distribución?

Como objetivo general se propone: realizar un análisis de las estrategias competitivas que deben utilizar las micros y pequeñas detallistas para competir con éxito ante la gran distribución

El instrumento utilizado para recoger la información fue el cuestionario y la técnica empleada es la encuesta, grupos focales, observación participante y fuentes de datos secundarios.

Como conclusiones de esta investigación se plantea que:

- Al ser significativas las variables en todas las casillas, los grupos focales han establecido unos indicadores con un alto poder discriminatorio en la detección de la competencia.
- La labor de la observación participante ha sido fructífera dado que se ha conseguido unos indicadores efectivos.
- Los indicadores fuertes y débiles en la competencia dibujan un panorama en el que habrá que combinar más de una estrategia para tener un futuro en el mercado.

Las recomendaciones se orientan a:

- Los micros y pequeños detallistas tradicionales pueden utilizar las mismas estrategias competitivas para competir contra la gran distribución, ya que estos últimos presentan unas características competitivas comunes.
- Los micros y pequeños detallistas tradicionales presentan unas características competitivas comunes, por lo que pueden utilizar las mismas estrategias competitivas para enfrentarse a la gran distribución.
- Los micros y pequeños detallistas son consciente de sus puntos débiles pero también de sus puntos fuertes y ventajas competitivas.

d) Modelación de las interrelaciones entre factores e índices de competitividad en empresas constructoras, de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Orozco A. Francisco (2012), en donde el problema general se expresa en ¿Cuáles son los factores más relevantes para la competitividad de las empresas constructoras?

En relación al objetivo general se persigue desarrollar un modelo de interrelaciones, que explique la variabilidad de los índices de competitividad de las empresas constructoras, en función de un conjunto de factores claves.

El instrumentos de recolección de datos para obtener la información fue el cuestionario y la técnica empleada es la encuesta, así como fuentes de datos secundarios.

Las conclusiones relevantes de la investigación son:

- Los elementos más relevantes del concepto de competitividad ayudan a comprender todos los aspectos que éste involucra y orienta los esfuerzos encaminados a la mejora del desempeño competitivo de las compañías de la industria de la construcción.
- El modelo propuesto, por la naturaleza de los datos y la complejidad del mismo, se planteó como un factor recursivo.

Entre las recomendaciones sugeridas se tiene:

- Los resultados obtenidos deben ser interpretados con precaución, ya que la complejidad del modelo y la gran cantidad de variables utilizadas restringieron el uso de más indicadores por constructo.

e) Modelo sobre competencias gerenciales para el personal directivo de tecnología del sector financiero basado en enfoque de organizaciones inteligentes, de Tecana American University, de Fernández B. Carlos, cuyo problema general formulado es ¿Existe relación entre las competencias gerenciales del personal directivo y las ventajas competitivas de las empresas del sector financiero?

En lo que respecta al objetivo general se expresa en proponer un modelo conceptual que vincule la relación entre las competencias gerenciales del personal de tecnología del sector financiero sobre la base de organizaciones inteligentes y las ventajas competitivas que se desprenden como factor clave en el éxito empresarial.

Los instrumentos de recolección de datos utilizados para recoger la información fue el cuestionario y la técnica empleada la encuesta, además de fuentes de datos secundarios.

Las conclusiones arribadas en el estudio son:

- En primer lugar comprende unos valores que se centran en el desarrollo de la organización y del recurso humano, unos procesos para el diagnóstico, planificación, evaluación y seguimiento del cambio y unas formas de intervención para el aprendizaje en los subsistemas: humano cultural, funcionamiento organizacional, tecnología para las finanzas y el ambiente físico. Sus aportaciones a la comprensión del aprendizaje organizacional y de las capacidades de la auto organización. Impulsa el diseño de organizaciones innovadoras conexionadas y holográficas. Ofrece un medio de movilización más allá que lo que impone la racionalidad limitada.
- Coadyuva a superar las debilidades del modelo de competencias gerenciales que priva actualmente en la organización de Tecnología del Banco Occidental de Descuento, como lo son: la burocracia, la lentitud, la falta de una planificación estratégica, la ineficiencia, la falta de inteligencia organizacional y la incapacidad para el aprendizaje organizacional.
- Las competencias gerenciales van de la mano con lo que indica Drucker (2003), una nueva cultura organizacional que impone la elaboración de una visión compartida y una perspectiva creativa e independiente en la cual haya un acercamiento entre los líderes y el personal, con una comunicación integral que incluya el aspecto técnico, pero de igual manera los valores establecidos en la organización y los individuos.

Las recomendaciones planteadas consisten en:

- El cambio del modelo de competencias gerenciales de la vicepresidencia corporativa de tecnología se debe sustentar en los valores, procesos y tecnología del Desarrollo Organizacional, la Consultoría de Procesos y el Enfoque de las Organizaciones Inteligentes, contempladas en el Proyecto de mejoras del modelo operativo del Banco Occidental de Descuento 2010.

- Se deben implementar formas por la Vicepresidencia Corporativa de Tecnología de manera de crear la idea y que se constituya de manera permanente la organización inteligente.

f) Competencias esenciales, clima organizacional e innovación como factores de competitividad empresarial: Propuesta y aplicación de un modelo para la detección y desarrollo de competencias en la pequeña y mediana empresa del sector de calzado en México, de Universidad Autónoma de Madrid, de Baños M. Verónica (2011), en la cual el problema general se plantea en ¿Cómo afecta, si es que los hace, el clima laboral en las competencias esenciales, en los resultados de la empresa y en el nivel de innovación?

Respecto al objetivo general de la investigación es determinar la manera en que las competencias esenciales afectan a la innovación, el clima laboral y los resultados.

En lo que tiene que ver con los instrumentos de recolección de datos se hizo una revisión de estudios empíricos elaborados sobre nuestro tema, de ahí se eligió a los instrumentos que registraron el mayor grado de confiabilidad en su aplicación, y se dio preferencia a aquellos cuestionarios que ya habían sido probados en México. Después de seleccionar las variables y los instrumentos, para el diseño del cuestionario, se sorteó el orden de los reactivos, de tal manera que el encuestado respondiera al azar las preguntas de cada uno de los instrumentos seleccionados.

Entre las conclusiones de la investigación están:

- La definición sintética de competencias esenciales sobre la que nos hemos basado es: un conjunto de habilidades, conocimientos y procesos desarrollados por

las personas que trabajan dentro de una empresa y que sustentan y renuevan la ventaja competitiva de la misma.

- En relación con los enfoques, donde se destaca la importancia de determinar las competencias esenciales de las empresas y dar relevancia también al descubrimiento de cuáles son las competencias individuales para cada participante de la organización, es posible afirmar que dichos enfoques son en sí mismo interesantes, pero muy poco probables de aplicar en el sector de estudio ya que implicarían la obtención de información muy detallada sobre las personas que están trabajando en la empresa en un momento determinado. Este aspecto no sería del todo posible ya que como se había visto, la rotación de estas empresas es muy alta.

Las recomendaciones del estudio son:

- La innovación en una empresa es fundamental para su subsistencia futura y, en este caso, los empleados de la PyME del sector calzado del Estado de Jalisco coinciden en que es muy relevante este elemento para poder sobresalir en un ambiente tan competitivo como es el de este sector.
- La PyME mexicana y los empleados que trabajan en ella deben percibir un clima organizacional razonablemente estable para poder laborar con conciencia y aportar lo mejor de sí mismos en las actividades que desempeñan.

g) Factores que afectan la competitividad de las empresas agropecuarias de la zona norte de la Provincia de La Pampa (Argentina), de Universidad de Córdoba-España, de Giorgis Alberto (2009), cuyo problema general es ¿Cuáles son los factores que más afectan la competitividad de las empresas agropecuarias de la zona norte de La Pampa? y con el objetivo general de analizar la competitividad y la viabilidad técnica y económica de los sistemas de producción bovina lechera en el noreste de la Provincia La Pampa (Argentina).

El instrumento utilizado para recoger la información fue el cuestionario y la técnica empleada es la encuesta, adicionalmente se acudió a fuentes de datos secundarios.

Entre las conclusiones se tienen:

- La actividad lechera con bajo nivel de inversión, reducción de insumos y menor renovación tecnológica.
- Los sistemas de producción son de base pastoril con alimentación adicional de concentrados y reservas de forraje.

Las recomendaciones sugeridas de la investigación son:

- Los continuos cambios en la economía argentina han provocado un proceso de concentración e intensificación de la producción, debido a la necesidad de alcanzar una dimensión competitiva, se debe lograr un nivel de renta adecuado para el ganadero.
 - La producción de leche en la cuenca norte de La Pampa se desarrolla bajo sistemas extensivos o semintensivos, con alimentación pastoril y diferentes niveles de suplementación. Se debe lograr un mayor nivel de tecnificación.
- h) Estudio de la literatura y modelos de negocio de la implantación de CRM- modelo cliente céntrico- como enfoque estratégico condicionante de la ventaja competitiva en la pyme: estudio empírico de la aplicación de un CRM- Modelo cliente céntrico- en agencias de viajes, de Universidad Politécnica de Valencia- España, de Guijarro G. María (2009), con el problema general formulado de la manera siguiente ¿La existencia de dos formas de un mismo negocio (on - line y off - line) repercuten en el valor percibido por el cliente?

El objetivo general planteado es analizar el potencial que presenta el marketing de relaciones, a través de una filosofía cliente céntrica, y junto con la innovación constante de las nuevas tecnologías en el sector, para facilitar a las

empresas del sector turístico el logro de ventajas competitivas sostenibles en el tiempo.

El instrumento utilizado para recoger la información fue el cuestionario y la técnica empleada es la encuesta, también se emplearon fuentes de datos secundarios.

Entre las conclusiones destacan las siguientes:

- La eficiencia en el servicio prestado por la agencia y la complementariedad de la oferta causan un efecto positivo en el valor percibido por el cliente.
- La satisfacción, la confianza y el compromiso afectivo del cliente con la relación de la agencia causan un efecto positivo en su lealtad actitudinal hacia la misma. Los mayores valores percibidos por el cliente y los costes de cambio positivos causan un efecto positivo sobre la satisfacción.

Las recomendaciones del estudio apuntan a que:

- La agencia de viajes debe considerar a internet como una herramienta importante que ha redefinido la regla de los negocios tradicionales al crear un canal alternativo de venta e interacción con el cliente.
- Las agencias de viajes minoristas deben preocuparse en intentar desarrollar confianza en sus clientes, resultado que coincide con estudios anteriores realizados tanto en este sector como en otros.

Entre los artículos científicos considerados para sustentar la tesis de grado se tienen:

1. Una propuesta para la determinación de la competitividad en la Pyme Latinoamericana de Saavedra G. María (2012), donde el objetivo central es proponer una metodología que permita determinar el nivel de competitividad de la Pyme, identificando por áreas el nivel en que se encuentra la misma, considerando criterios tanto internos como externos. El método seguido consistió en la revisión de la literatura acerca de la competitividad empresarial, así como de los estudios empíricos

que han intentado medirla, con el fin de identificar los indicadores que se utilizarían en la metodología propuesta.

Para la obtención de datos se hizo la revisión de la literatura acerca de la competitividad empresarial, así como de los estudios empíricos que han intentado medirla, con el fin de identificar los indicadores a utilizar en la metodología propuesta. En lo relacionado a las conclusiones se indica que la investigación posibilitó lograr una metodología de fácil aplicación, basada en el mapa del BID, con factores pertinentes como: Planeación estratégica, producción y operaciones, calidad, comercialización, contabilidad y finanzas, recursos humanos, gestión ambiental y sistemas de información; complementada con indicadores externos basados en el enfoque de competitividad sistémica.

2. Modelo de competitividad de las empresas operadoras de telefonía móvil en México, Vásquez R. Hugo y Rivas T. Luis (2012), en el cual el objetivo fundamental fue determinar un modelo que explique la medida en que los recursos tangibles, el precio, la calidad, la productividad y la tecnología, influyen en la competitividad de las empresas operadoras de telefonía móvil de México, indicada ésta en términos de rentabilidad y posición de mercado.

Para la obtención de datos, la estrategia de recolección de información se basó en la aplicación de un cuestionario a cada una de las empresas operadoras; además se realizaron consultas a fuentes secundarias de información para complementar la recolección. Respecto a las conclusiones del trabajo se encuentra el hallazgo del factor calidad, como factor explicativo de la competitividad en estas empresas, va en concordancia con las diferentes afirmaciones que asocian a la calidad como un factor determinante (Crosby, 1991; Juran, 1995; Taguchi, 1999). En este sentido, la mejora de la calidad es un elemento que repetidas veces ha sido considerado por el organismo regulador del sector como un requisito operativo fundamental para todas las empresas que deseen proveer este servicio en México.

3. Competitividad y calidad, factores críticos que contribuyen al éxito de Empresas de Menor Tamaño en mercados globales de países emergentes, de Olivares V. Oscar (2009), en el cual el objetivo principal se constituyó en determinar y analizar un

conjunto de factores críticos de éxito que deben configurar una estrategia basada en la competitividad y calidad.

En la obtención de datos, el logro de la información se alcanzó mediante la consulta a algunas Empresas de Menor Tamaño en Colombia, inserto en una economía emergente, mediante entrevistas y cuestionarios y la búsqueda de referencias en la literatura disponible. Se logra precisar la situación básica del problema que afecta a estas empresas para competir en los mercados internacionales, en cuanto a la capacidad de exportar o en condiciones más favorables; asimismo, se generan las bases de contenidos para diseñar una propuesta de estrategia competitiva.

Las conclusiones señaladas son: integrar el contexto del trabajo y el sujeto múltiple definido como la Empresa de Menor Tamaño, logrando de esta manera la coherencia y pertinencia de este estudio. Es posible concluir que, la globalización de la producción y la liberalización del comercio, ofrecen diversas oportunidades a las empresas en los países emergentes para desempeñar un rol más significativo y activo en la economía. Tomar en cuenta los factores claves de éxito como la competitividad y calidad dentro de los procesos.

4. Marco analítico de la competitividad: fundamentos para el estudio de la competitividad regional, de Lombana Jahir y Rozas G. Silvia (2009), en el cual el objetivo general fue plantear un marco para la discusión teórica y el debate sobre la pertinencia de la competitividad para el desarrollo de los negocios internacionales y sentar los fundamentos para posteriores estudios empíricos que sustenten investigaciones, consultorías y/o asesorías en la región.

La obtención de datos se realizó en base a un análisis de las bases teóricas de la competitividad, el artículo rescata varios conceptos para sustentarlas. En el ámbito de aplicación de Colombia se estudian las iniciativas del país, orientadas hacia la aplicación de los conceptos de competitividad, para concluir con un modelo base para futuros estudios. En relación a la conclusión expresa que lo fundamental consiste en generar una posición activa ante las empresas de la región, mejorando condiciones y, a través de sus estudios e investigaciones, contribuir al mejoramiento de la competitividad regional.

5. La globalización y competitividad de las empresas: los recursos humanos, de Chamorro M. Antonio y Tato J. Juan (2004), que orienta su objetivo a: plantear a los Recursos Humanos y su gestión como el fundamento de la competitividad de las empresas globales. Para este trabajo se utilizó como instrumentos de recolección de información la encuesta y la entrevista.

Las conclusiones sustentan la idea de que a pesar de la importancia que se reconoce por los profesionales de la dirección de empresas y los Recursos Humanos, éstos se encuentran todavía lejos de ser una de las principales preocupaciones estratégicas de la alta dirección. Se ha tratado de dejar claro que constituyen una opción estratégica de primera necesidad para conseguir que las organizaciones puedan competir en un entorno cada vez global y más rápido. La globalización ha puesto al ser humano en la cúspide de los elementos que más valor aportan a las empresas.

6. Calidad Total: fuente de ventaja competitiva de Tarí G. Juan José (2000), el que plantea como objetivo: comprender el interés por la calidad y por tanto la necesaria investigación, tanto en el plano teórico como empírico, que ayude a desarrollar un marco teórico-práctico para las empresas que deseen elegir este camino como fuente de ventaja competitiva.

La información para este trabajo fue facilitada por los organismos certificadores, contrastándolos con la información solicitada a la Asociación Española para la Calidad (AEC).

Las conclusiones de este trabajo se orientan a la mejora de la imagen de la empresa, el establecimiento de procedimientos, la ayuda que supone esta documentación para los empleados, la mejora de las ventas y los beneficios; y por tanto la competitividad. El incremento de la conciencia sobre las acciones correctivas y preventivas, la mejora de la moral de los empleados, la reducción de los problemas de calidad y el reforzamiento del trabajo en equipo.

7. Un modelo causal de competitividad empresarial planteado desde la VBR; capacidades directivas, de innovación, marketing y calidad, de Martínez Santa María, R., Charterina A. J. y Araujo de la Mata A. (2010). El objetivo de este trabajo se

refiere a: desarrollar un modelo explicativo del desempeño empresarial a partir de factores internos de la empresa.

Dado que el estudio de la competitividad de la empresa es muy amplio, puesto que son muchas las variables implicadas en ésta (aun cuando nos limitemos únicamente a aquellas variables internas a la propia empresa) los factores objeto de estudio, así como las variables que los caracterizan. Los datos obtenidos para este trabajo se obtuvieron de forma empírica a través de una metodología de tipo exploratorio y cualitativo basado en la realización de entrevistas a directivos.

Las conclusiones a las que arribó este autor, a partir del modelo contrastado, afirman que las empresas industriales con capacidades directivas superiores; capacidades de innovación superiores y/o capacidades de calidad superiores logran desempeños superiores, que se manifiestan en un mayor crecimiento de las ventas y una mayor rentabilidad en comparación con sus competidores de referencia.

8. Impacto competitivo de las herramientas para la gestión de la calidad, de Iñaki H, Frederic M. y Marti C. (2009), artículo que se plantea como objetivo analizar en qué medida la utilización de estas herramientas de mejora de la calidad incide realmente sobre la capacidad competitiva y el rendimiento de las empresas que han adoptado algún modelo de gestión de la calidad.

La información que sustenta este trabajo proviene de un estudio empírico en el que participaron 107 evaluadores de modelos de gestión de la calidad. Las conclusiones se dirigen a constatar que las herramientas de tipo duro son bastante menos utilizadas que el resto, posiblemente debido a que requieren un mayor grado de conocimiento especializado en las organizaciones que adoptan modelos de gestión de calidad.

9. Competitividad: apropiación y mecanismos para su fortalecimiento de Castellano D. Fernando y Ramírez M. Diana (2013) cuyo objetivo consiste en: brindar una oportunidad para la apropiación de un referente conceptual y de los mecanismos para fortalecer la competitividad, plantea retos e inquietudes para los diferentes actores

del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTI) como representantes del Estado, para la academia y para el sector productivo.

Los datos se obtuvieron mediante la apropiación de mecanismos para fortalecer competitividad en un país en desarrollo como Colombia. Se agrupan los resultados de investigaciones y proyectos de apoyo a entidades del Gobierno. Los textos fueron escritos por investigadores y gerentes de estas soluciones que han dirigido acciones para la proyección de sectores y regiones del país. En el mismo se arribó a la conclusión siguiente: La apropiación y mecanismos para fortalecer la competitividad abordados en este libro permiten entenderla como un reto a varios niveles, que si bien se comienza a dinamizar con las iniciativas planteadas en todos los capítulos, se debe continuar con la discusión, construcción y puesta en marcha de acciones que superen los obstáculos y propendan por aumentar la articulación de los actores involucrados.

10. La calidad como estrategia global para la competitividad de las empresas nacionales de Delicio A. Fabián (2002) que en su objetivo se plantea: señalar las diferencias entre el desarrollo productivo japonés y el nuestro. En tal sentido, se detalla que el énfasis es mejorar la calidad, disminuir el desperdicio y los costos; unidos a la capacitación y el compromiso de los trabajadores.

La recopilación de la información se realiza mediante fuentes secundarias y su posterior procesamiento. Las conclusiones de este trabajo manifiestan que el Estado debe favorecer todo lo relacionado con la capacitación y la certificación de las normas ISO, pero es el empresario quien debe asumir un papel más independiente.

11. El proceso de competitividad empresarial en pymes de Demuner F. María, Aguilera O. María y Hernández S. Alejandro (2010) que en su objetivo se encamina a: explorar en la literatura existente y aportar un esquema que muestre el proceso de la competitividad empresarial enfocado en la PyMES. En el presente trabajo se utilizó la encuesta y la entrevista como instrumentos de recolección de información.

La conclusión de este trabajo refiere que cuando una PyME decide competir a través de sus recursos y capacidades, el proceso de competitividad empresarial inicia con la evaluación de estos en cada uno de los determinantes de la competitividad que posee, con la visión de alcanzar una ventaja competitiva.

12. Competitividad internacional: un enfoque empresarial, de Serrano M. Lorena (2012) en el que su objetivo se orienta a captar y sistematizar el conocimiento sobre el rendimiento de una empresa en términos de su competitividad internacional, de forma que sirva de reflexión coherente para la toma de decisiones eficaces de cara a procesos de internacionalización.

La información de este trabajo proviene de una revisión de literatura académica en Administración y Negocios Internacionales a partir de 22 artículos académicos. Como conclusión, el autor de este trabajo sostiene que la internacionalización es una estrategia factible pero compleja ante el entorno actual de la naturaleza internacional. Al hacer una pequeña profundización acerca de la competitividad internacional se determinaron tres clasificaciones simples que son la competitividad ex –ante, el perfil de internacionalización y la competitividad ex-post.

13. Modelo de competitividad empresarial de Jiménez R. Manuel (2006) que como objetivo se propone establecer un modelo propio para la determinación de la competitividad empresarial. Los datos para la elaboración de este trabajo provienen de la revisión de las metodologías más utilizadas que dan origen al posterior diseño del nuevo modelo, que tiene en cuenta varios factores dentro de los cuales la gestión gerencial, enfocada desde la perspectiva de la capacidad de toma de decisiones, desempeña un aspecto fundamental del mismo.

Este autor concluye que: el modelo planteado resulta de gran utilidad en razón que hasta el momento no se cuenta con una metodología aplicable a nivel empresarial para determinar qué tan competitiva es una organización.

14. Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial, de Labarca, Nelson (2007) que se plantea como objetivo: Analizar las diferentes corrientes teóricas que permiten abordar el estudio de la competitividad empresarial bajo un escenario

económico, político, social y cultural dinámico a nivel internacional, nacional, regional y municipal, por lo que se desarrolla una investigación de tipo documental al considerar su definición e importancia en el sector industrial. Los datos útiles para este trabajo se obtienen del abordaje histórico de las propuestas de Adam Smith, David Ricardo, J.S. Mill, los clásicos, entre otras corrientes del pensamiento económico; así como las principales fuentes de la competitividad según Michael Porter; la propuesta de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), sobre el tema de la competitividad.

La conclusión en su parte sustancial permite afirmar que el planteamiento teórico-metodológico de la competitividad no es de reciente data, ha evolucionado a lo largo de los cambios ocurridos en el ámbito económico, político, social, cultural entre otros, lo cual ha permitido construir un camino largo y fructífero para la discusión y el análisis de las fortalezas y debilidades que determinan las capacidades locales y regionales de desarrollo industrial.

15. Calidad en las empresas latinoamericanas: El caso peruano de Benzaquen (2013), trabajo que en su objetivo se plantea establecer la evolución del alcance de la gestión de la calidad dentro de las empresas peruanas. Obtención de datos: visión sobre el estado de la implementación de la calidad en las empresas peruanas mediante un estudio longitudinal donde se compara nueve factores de éxito de calidad en una muestra de las empresas peruanas en los años 2006 y 2011.

En este trabajo el autor concluye que los resultados muestran que existe una tendencia a mejorar en todos los factores claves considerados en el estudio, es decir, es más evidente el alcance de la calidad dentro de las empresas peruanas en el periodo estudiado.

2.3. BASES TEÓRICAS

EL ÁMBITO DE LA CALIDAD

Uno de los factores críticos considerados para lograr competitividad en las organizaciones es la calidad. Desde las teorías del mejoramiento del desempeño empresarial propuestas a principios del siglo XX por Frederick Taylor, complementados por los trabajos sobre calidad realizados por Edward Deming en la recuperación del sector industrial Japonés en los años 50, para llegar a los años 80 del siglo anterior con el desarrollo e implementación de las Normas ISO 9000 y culminados con los pioneros trabajos sobre la planificación de la Administración de la Calidad Total en las empresas, se ha llegado a la conclusión que la calidad sí importa y mucho; y mediante su aplicación alcanzar la competitividad empresarial.

Una definición que se aplica tanto a insumos necesarios para el proceso como a productos o servicios, señala que calidad es cumplir con los requisitos establecidos Franco, (1994). En tanto que, Dean & Bowen (1994) definen la calidad como una filosofía o enfoque de gestión que puede ser caracterizado por tres principios básicos: orientación al cliente, mejora continua y trabajo en equipo. La normativa europea de calidad, considera que es el “conjunto de características de una entidad que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas y las implícitas” (Norma UNE-EN-ISO-8402).

La ISO 9001 señala que la calidad es un conjunto de propiedades y características de un productos o servicio que le confiere su aptitud para satisfacer unas necesidades expresadas (explícitas) o implícitas. En tanto que Mas, (2008) llega a destacar que la calidad se la puede definir como el conjunto de propiedades y características de un servicio que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades implícitas o explícitas, o que sería lo mismo expresado en terminología adaptada a lo cotidiano, la prestación de los mejores servicios posibles.

Dimensiones de la calidad en el sector productivo

Entre las dimensiones de la calidad, Camisón (2010) señala: liderazgo, entrenamiento, diseño del producto, gestión de procesos, gestión de personas y clientes, cultura de calidad, sistema de medición de calidad, cultura corporativa, mejora de procesos, visión compartida, relación cooperativa con suministradores. Para Vargas, (2010), las dimensiones de la calidad en los servicios serán: tangible, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía.

Medición de la calidad en empresas

La medición es un mecanismo que posibilita a las empresas conocer cuáles son sus fortalezas y debilidades, la que se direcciona desde el recurso humano hasta la producción. Esta orientación se va hacia la mejora continua de todos los procesos administrativos y productivos de la organización, en forma sistemática y sistemática, con la finalidad de mejorar la calidad y productividad de la empresa.

Según Rodríguez, (2000) la medición de la calidad de las empresas debería recaer en los siguientes elementos: la cultura organizacional, la productividad de los empleados que trabajan en la organización, la importancia del trabajo en equipo, los reconocimientos, las políticas de recursos humanos, las evaluaciones de desempeño, las remuneraciones, la calidad de la supervisión.

Modelo de Análisis

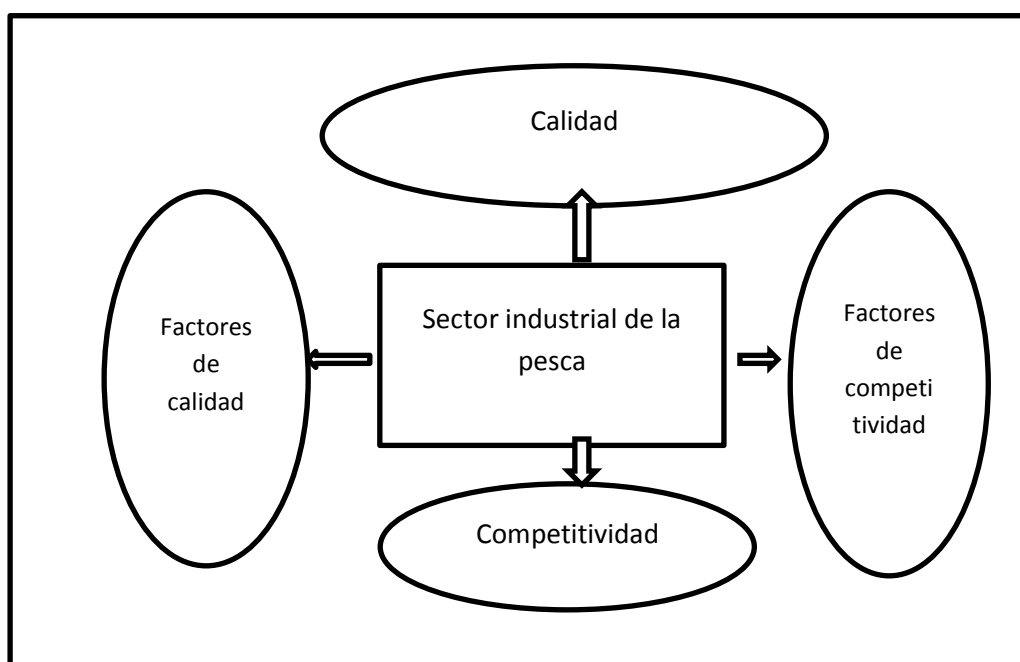
Luego del análisis conceptual realizado se puede señalar que existen diferentes concepciones que responden a las vertientes básicamente convencionales del pensamiento lideradas por autores como Deming, Juran, Ishikawa, en lo relacionado a calidad, y la cual se resume en que “es aquella que dice que un producto o servicio de calidad es aquel que satisface, holgadamente, las expectativas del cliente”, no solamente desde la óptica interna sino externa, que implique una gestión integral de la calidad en las organizaciones. Sobre la base de esta definición se abordará el presente trabajo de investigación.

En lo relacionado a la competitividad se acepta lo que para Lombana (2006) es “un concepto comparativo entre las empresas en el ámbito regional que buscan la creación y agregación de valor, utilizando las estrategias gerenciales apropiadas para generar prosperidad enmarcado en un ambiente competitivo sostenido en los niveles macro, meso y micro”. Con lo cual se quiere tener un impacto positivo en el sector industrial objeto de estudio.

Relaciones del modelo

Relacionando los componentes considerados en la investigación propuesta se puede observar que la calidad puede convertirse en un factor clave de éxito para la competitividad, tornándose en un eje transversal que afectará favorablemente a la dinámica y desarrollo de las organizaciones del sector. Por tanto, se va a trabajar en base a las dos grandes variables: calidad y competitividad.

Figura 1 Relaciones del modelo de análisis



Fuente. Elaboración propia

Dimensiones de la calidad

El término calidad recoge una concepción polisémica y compleja se complementa una gran cantidad de variables que le confieren apoyo práctico, las

mismas que son acogidas por los más significativos modelos de la calidad mundial, entre los que destacan el modelo japonés Deming Prize, el estadounidense Malcom Baldrige, el modelo europeo conocido mundialmente por sus siglas EFQM y, finalmente, el modelo Iberoamericano de Excelencia, los mismos que incluyen a los componentes tales como liderazgo, planificación y la gestión por proceso, entre las más importantes por su dinamismo, y que en el presente trabajo son objeto de investigación.

Liderazgo

El componente de calidad en las industrias se lo puede manejar, según lo expresa Kotler, (2008) como un proceso de orientar a un conjunto empresarial hacia un determinado camino, básicamente por medios no represivos. Un liderazgo firme se lo puede definir como el que produce un movimiento hacia el alcance de lo que se considera mejor, a largo plazo para todo el equipo de trabajo. Clerc et all (2006). En ese mismo sentido el modelo europeo EFQM lo alude como la conducta de actuación que tiene el equipo directivo y los demás responsables orientando a la empresa hacia un proceso de mejora continua. Este tipo de liderazgo es responsable de alcanzar los objetivos vitales para la empresa, propiciando los valores imperiosos para obtener el éxito, recuperando los comportamientos más importantes para asegurar la aplicación del modelo de gestión de calidad encaminado hacia la mejora continua.

El liderazgo empresarial al interior de los sectores productivos se consigue cuando la sociedad y el mercado se confieren un reconocimiento mutuo de sus productos con los colaboradores y consumidores, que admiten al liderazgo de la calidad mostrada por lo ofertado. Esta situación produce un posicionamiento mucho más sólido de las organizaciones. En la ciudad de Manta, las industrias líderes de los sectores productivos son las que se dedican a fabricar las conservas del mar. Crean encadenamientos productivos cuando combinan con eficiencia los recursos, lo que constituye un elemento que dispara la productividad empresarial a niveles importantes para todo el sector.

El contexto global exige que las empresas que se encuentran dentro de la misma cadena productiva deben de estar más integradas, la falta de armonía empresarial presenta barreras para alcanzar objetivos empresariales comunes. La

empresa para lograr mantener un buen posicionamiento sectorial, tiene que contar con un liderazgo sólido, y es vital que cada responsable lo desarrolle dentro de la organización. “Los fines del liderazgo incluyen obtener resultados a través de otros, y los medios del liderazgo incluyen la capacidad de construir equipos cohesivos y orientados a las metas. Los buenos líderes son quienes construyen equipos para obtener resultados entre una variedad de situaciones Cantillo-Guerrero, (2011).

Existe una intensa variedad de definiciones sobre el tema de liderazgo, que le dan una característica muy amplia para influir en la organización. De igual manera, se distinguen varios estilos de liderazgo: autocrático, democrático y el de rienda suelta.

En ese sentido, la figura de un líder dentro de la organización tiene que poseer la capacidad de involucrarse en los cambios, comprender la historia del mundo como una producción humana constante y en continuo movimiento, los procesos tecnológicos, así como a todo el talento humano de la organización. El liderazgo empresarial, se constituye en un reto de la organización para adquirir competitividad mediante la elaboración de productos de alta calidad y a un bajo costo.

Según Bonifaz, (2012) el liderazgo es la capacidad de influir en las demás personas para el logro de objetivos, de allí que ese liderazgo debe tener un impacto favorable en el mercado, con la identificación de una permanencia en el tiempo tanto en el sector industrial como en las elecciones del consumidor.

A los líderes empresariales, se les pide el desarrollo de nuevos productos, abrir otros canales de distribución, diferentes métodos de comercialización, nuevos procesos productivos como administrativos, así como otras estrategias financieras. La intensa actividad competitiva en entornos de incertidumbre, provoca el surgimiento de nuevas ideas.

El reconocido estudioso sobre el liderazgo P. Kotler, (1990) reliva que es cada vez más beneficioso contar con un liderazgo en la producción empresarial. Los líderes favorecen un accionar básico entre el personal de la empresa industrial, lo que va a ocasionar una situación favorable de agregar valor para la producción en las industrias del sector.

Planificación

Las empresas que aspiran al éxito tienen como objetivo inescindible planificar la calidad, con el fin de garantizar el cumplimiento de objetivos empresariales, además de las políticas y estrategias. Posicionar una empresa de calidad está directamente relacionado con un liderazgo efectivo y una cultura de la calidad, alcanzándose de esa manera una adecuada administración del talento humano.

El criterio de planificar la calidad tiene como fin precisar los objetivos organizacionales, los que conllevan hacia el logro de satisfacer las necesidades de los clientes, adicionalmente de alcanzar ventajas competitivas y sostenibles. El componente de planificación determina las acciones instituidas a todos los miembros de la empresa, mediante los cuales la firma empresarial va a lograr un rol más eficiente y eficaz que sus rivales en el mercado. En tal virtud la planificación de la calidad posibilita establecer los objetivos de calidad, preparar las estrategias para lograr los objetivos, así como preparar los planes para coordinar las distintas actividades relacionadas con la calidad.

Las actividades y tareas de la planificación deben estar adecuadamente sistematizadas y dirigidas en cada una de las áreas a considerar, a los procedimientos, subrayando todos los procesos de participación que conduzcan hacia una orientación que agregue valor a todos los procesos de la organización. El famoso ciclo Deming establece a la planificación, como el primer componente para lograr los objetivos de las empresas.

Las empresas se plantean como un objetivo fundamental que todos sus componentes funcionen como una orquesta, con tal sincronía que ningún responsable pueda distorsionar la estructura empresarial, o sea la programación de las actividades y tareas consideradas para ejecutar lo planificado. Para alcanzar la calidad es preciso mejorar continuamente la eficacia y eficiencia de las organizaciones. Esta situación requiere una mirada cuidadosa de las necesidades que presentan los clientes, para tal fin es necesario planificar y controlar los diversos procesos empresariales.

Gestión por Procesos

Un elemento fundamental que tiene un impacto positivo en el desarrollo del trabajo empresarial es la gestión por procesos, la cual es posible comprender como un conjunto de actividades que se corresponden mutuamente, donde se emplean recursos para transformar varios factores de entrada en salidas o productos. La sucesión continua que presentan los procesos empresariales se manifiestan desde la entrada de las materias primas e insumos, hasta el nivel posventa de los bienes y servicios. De tal forma que es fundamental, identificar y gestionar los diferentes procesos que se conjugan al interior de la empresa. La norma internacional ISO 9901, usualmente se la utiliza para gestionar los diversos procesos de las organizaciones.

La gestión por procesos se convierte en un mecanismo para alcanzar la alta eficiencia. También está dirigida para atender los procesos competitivos, y con la suficiente capacidad de reaccionar a los continuos cambios con respecto a la capacidad de todos los procesos, la satisfacción de los clientes y la flexibilidad empresarial. Por tanto, la gestión por procesos tiene como determinante en centrar su atención en todos los procesos que ejecuta la empresa, donde se privilegia los procesos sobre las actividades individuales o de áreas, lo que facilita el desarrollo de manejar una cultura de la calidad orientada hacia la consecución de la mejora continua.

Los procesos en la empresa se entienden como una secuencia de actividades que van añadiendo valor mientras se produce un determinado producto o servicio. También se comprende como un conjunto de actividades relacionadas que transforman entradas en salidas o resultados. En fin de cuentas, los procesos nos manifiestan que son grupos de actividades o tareas, que se emplean para ofrecer cualquier bien o servicio a cualquier demandante. Hay que reconocer que la identificación de los procesos tiene su grado de dificultad, puesto que las concepciones que tiene cada persona es distinto, sin embargo el denominador común es aceptar su importancia y distinguir las actividades y tareas necesarias en la empresa. Hernández, (2007).

EL ÁMBITO DE LA COMPETITIVIDAD

Un factor decisivo considerado para el desarrollo de las sociedades es el de competitividad, y bajo el esquema de globalización neoliberal la competitividad asume como el soporte que permite sobrevivir a las empresas, sectores industriales y hasta los países.

Según el profesor Porter, (1993), la competitividad debe ser entendida como la capacidad de una organización, pública o privada, lucrativa o no, de mantener y obtener ventajas comparativas que le permiten alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico, por tanto, “la competitividad es el grado en que un país, Estado, región o empresa produce bienes o servicios bajo condiciones de libre mercado, enfrentando la competencia de los mercados nacionales o internacionales, mejorando simultáneamente los ingresos reales de sus empleados y consecuentemente la productividad de sus empresas” Porter (1993).

Según Guarda, et. all. (2006), la competitividad es la suma de factores y/o atributos individuales internos, que permiten a una empresa innovar y mejorar continuamente su organización, productos y servicios, para así poder enfrentar de mejor manera las condiciones del entorno.

Desde una perspectiva más general, Yevens, (2005), expresa que un requisito esencial para que los países, regiones y empresas se inserten con éxito en los flujos de comercio internacional es que sean capaces de acrecentar su competitividad, de una manera duradera y sostenible. Desde la apreciación de Saavedra, (2012) la competitividad es un aspecto que adquiere cada vez mayor relevancia en el campo de las empresas, la cual se deriva de las exigencias del entorno económico actual enmarcado en el proceso de globalización.

Valdés, (2009) considera que la competitividad trae mayor eficiencia, modernización y bienestar al hombre consumidor o cliente por el mayor acceso a los productos, precios más convenientes y productos de mayor calidad y disposición de ellos en periodos breves, capacidades y acceso a las tecnologías modernas.

Alic, (1987) define a la competitividad como “la capacidad de las empresas para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado internacional en medio de la competencia con empresas de otros países”. Urrutia (1994) afirma que la competitividad “es la capacidad de responder ventajosamente en los mercados internacionales. Por su parte Reinel, (2005) sostiene que la competitividad de la empresa es la performance valorado por la capacidad que tiene para generar más valor agregado que sus competidores.

En tanto que otros investigadores como Vallejo, (1999), Michalet, (1981) y Valero, (2004) remarcan en la permanencia de las empresas en el mercado libre como un criterio de competitividad. Malaver, (1999) expresa que la competitividad es la “necesidad de las organizaciones de sostenerse y consolidarse dentro de los mercados, teniendo como indicador el porcentaje de participación, de sus bienes y servicios, en ellos, a partir de una concepción sistemática que incorpora elementos económicos, empresariales, políticos y socioculturales.

Galán y Vecino, (1997) consideran que es posible apreciar cierto consenso entre los investigadores al señalar que la competitividad de la empresa está determinada por tres tipos de factores o fuentes: los relativos al país donde la empresa se ubica (efecto país o efecto territorio), los derivados del sector al que pertenece (efecto sector o efecto industria) y los que tienen su origen en la propia empresa (efecto empresa).

Niveles específicos de la competitividad

En lo relacionado a los niveles específicos de competitividad, Aguilar, (1994) plantea que se consideran los siguientes:

- Competitividad a nivel de país, región o local: establece el límite en que un ambiente nacional es favorable para el crecimiento económico.
- Competitividad a nivel de sector: resalta si un sector en particular ofrece las posibilidades para crecer y si ofrece favorables escenarios del rendimiento sobre la inversión.

- Competitividad a nivel de empresa: constituye en las destrezas para diseñar, producir y vender bienes y servicios, cuyas cualidades de precios y no precios conforman una cantidad mucho más favorable de beneficios que sus competidores.

Factores estratégicos de la fuerza de la competencia

Se podría manejar el concepto de sector industrial como un grupo de empresas que se dedican a producir bienes que en muchos casos son sustitutos cercanos entre sí. Sin embargo, hay que acotar que muchas veces se manifiestan casos controversiales por esta definición, centrándose en qué medida se requiere estar relacionada la sustitución en términos de límites geográficos del mercado, procesos o productos.

Dentro de un sector, la competencia se realiza de manera permanente para llevar hacia la baja la tasa competitiva rendimiento mínimo, que lograría la empresa que se encuentra en un nivel perfectamente competitiva. El rendimiento óptimo de mercado se aproxima al rendimiento a largo plazo de los valores gubernamentales ajustado hacia arriba ante el riesgo de la pérdida de capital. Berumen, (2009). Los inversionistas se resistirán lograr rendimientos a un nivel inferior a la tasa a largo plazo ante las opciones de invertir en otros sectores, y concomitantemente, aquellas empresas que no alcanzan esos rendimientos, quedarán desplazados o fuera del mercado.

Cuando se alcanzan tasas más altas de las que dispone el libre mercado, se constituye en un signo de impulso para que participen otras empresas en un sector industrial. El simple juego de las fuerzas del mercado dentro de un sector industrial manifiesta el grado con el cual esta reinversión se da y a la vez sirve de control para el flujo de fondos del mercado libre, y en consecuencia, la condiciones de las empresas para lograr rendimientos superiores al promedio.

El célebre concepto de Porter, (2006) de las cinco fuerzas, como son los nuevos ingresos, amenaza de sustitución, poder de negociación de los compradores, poder de negociación de los productores y rivalidad entre los actuales competidores, manifiesta con claridad que en un sector industrial la competencia va más allá que

los simples competidores. La competencia, en un momento dado puede llamarse rivalidad amplificada.

Es de comprender que las cinco fuerzas de Porter, en conjunto, determinan la intensidad de la competencia y por ende la rentabilidad del sector industrial, y por lo tanto las fuerzas más importantes son las que mandan en el mercado.

Medición de la Competitividad

Según Horovitz, (1993) las mediciones permiten hacer una variedad de cosas a una empresa: a saber dónde se encuentra en relación con una referencia determinada, comprobar la homogeneidad, identificar los puntos débiles y fuertes, centrar los esfuerzos, dirigir y controlar el progreso, controlar los logros y aumentar el conocimientos sobre los productos de la empresa.

Para establecer las condiciones de la medición de la competitividad se consideran al posicionamiento y a la innovación, debido a importancia para la empresa como criterios fundamentales para alcanzar los mayores de competitividad

Innovación

La delicada situación en la que se encuentra la gerencia actual la compromete a diseñar y crear medios alternativos que le favorezcan en el ánimo de diferenciarse de las empresas competidoras, con el fin de alcanzar la anhelada ventaja competitiva en el mercado. Aquí se revela el rol básico que tiene el empleo de los procesos de innovación, y las ventajas que debe alcanzar todo un engranaje de factores y conceptos de la empresa como son los productos, procesos, calidad, consumidores, mercado. Mathison, (2007). En tal sentido, la gerencia del siglo XXI tiene que empoderarse en el firme compromiso con los cambios, que le permitan alcanzar el fortalecimiento de innovadores procesos en la industria con la que participa en el mercado.

Se acepta que la innovación permite desarrollar nuevos productos y nuevos procesos productivos. Su ausencia puede impedir el incremento de la competitividad

en las empresas. Para poder competir con mejores posibilidades en el mercado, así como la introducción de otras novedades y mejora en los procesos productivos, es fundamental apoyarse en actividades de innovación.

En relación a las definiciones del concepto de innovación, siempre están más cerca del ámbito sociológico y económico, sin embargo gran parte de ellas sostienen que en el fondo “innovar significa mejorar el resultado final. Así, una innovación puede ser desde una acción sobre el precio de un artículo para conquistar un mercado, hasta la mejora de un producto antiguo o el descubrimiento de un nuevo uso para un producto ya existente”, Ferrer, (1984).

Acercándonos a la correspondencia entre innovación y empresa, se puede pensar que actualmente, en las sociedades de tipo industrial más desarrolladas, se nota que el crecimiento económico y el empleo están en función básicamente de la competitividad de las empresas y esta guarda relación con la capacidad de innovación del sector industrial. Hermoso, (2010).

Las dinámicas innovadoras, despiertan interés cuando se obtiene resultados en niveles de productividad y competitividad en las empresas. Cañibano, (2005). Las empresas se encuentran compitiendo en mercados globales y tecnológicos más amplios y diversos, lo que conlleva buscar factores diferenciadores, de sus empresas competidoras, y sobre todo encontrar ventajas competitivas, que no son fácilmente logradas por las otras. Los ambientes sociales y económicos orientan hacia nuevos planteamientos y conductas empresariales.

Esta situación genera en la empresa procesos de innovación, factor determinante de la competitividad, el que puede ser entendido como la capacidad para transformar los procesos empresariales y crear organizaciones más competitivas, ágiles y eficaces Mathison, (2007). Es admitido por los expertos que el tema de la innovación es un elemento sustancial para conseguir, en el largo plazo, ventajas competitivas en el mercado.

Para Schumpeter, (1993) la innovación proviene de la “destrucción creativa” que genera cambios en favor de nuevos productos y procesos, obligando a la empresa

a adoptar nuevas estrategias de trabajo, destacaba que la innovación y la tecnología juegan un papel primordial como motores del crecimiento económico. Drucker, (1981) por otro lado, observa el impacto del cambio social. Nonaka y Teguchi, (2012), subrayan el proceso de aprendizaje de manera continua. Autores más actuales entienden a la innovación como aquella capacidad que tiene la empresa para transformarse ella misma y seguir generando valor.

La innovación se asimila a progreso y avance constante, que se entiende como un nivel de más alto bienestar, desarrollo tecnológico, más riqueza, mejor empleo, en fin mejores condiciones de vida. Las empresas se convierten en el principal vehículo de la innovación y de los cambios tecnológicos.

Posicionamiento

Los mercados nacionales e internacionales se tornan continuamente más competitivos, lo que provoca que con el aumento de productos y marcas no se esté atento con lo que ocurre con todos los competidores que se hallan en una misma zona competitiva. Una empresa alcanza el nivel de posicionamiento en el mercado cuando se relaciona y tiene el reconocimiento de los grupos de negocios y que ofertan un producto parecido o se orientan hacia un mercado similar. Las organizaciones empresariales que utilizan factores similares para competir son las que se ubican en el mismo sector, Bigné, (2000). Son varios los factores que posibilitan su identificación en el sector, entre los que destacan el portafolio de productos, las materias primas e insumos, la capacidad de innovación, todos ellos se convierten en ejes directrices que facilitan un fecundo un posicionamiento competitivo.

De esa manera, el posicionamiento es posible asemejarlo al área o lugar que ocupa la empresa en función a otras con las que es posible compararse. Porter, (1990) anota que al interior de la dirección el posicionamiento estratégico es la esfera que ocupa cualquier empresa en relación con su competidor, continuando una estrategia competitiva o de negocios. En lo que respecta al nivel directivo es básico para la empresa, ante todo porque sus decisiones influyen en todo el espectro empresarial. En tal virtud, se asume directamente que el posicionamiento estratégico y el posicionamiento del marketing son vitales para los sectores productivos.

La visión estratégica de los negocios propicia ubicar en la mente del consumidor un bien o un servicio, esencial o no, a través del posicionamiento estratégico, tanto a nivel comunicacional generando las múltiples ventajas diferenciales, como a nivel comercial para incrustar el producto de manera creable, con confianza y diferente en las decisiones del consumidor. De este modo, el posicionamiento, asociado al lugar o posición subjetiva en la mente del consumidor, es primordial para diferenciarse de las marcas o productos que entran a competir fuertemente con los competidores.

El lugar que ocupan los productos está en relación a las características que son los más significativos para el consumidor final. La práctica común siempre solicita la opinión del consumidor para saber su preferencia y gustos por las marcas y productos. El sector industrial de la pesca de atún en la ciudad de Manta, conjuntamente con sus productos están muy enraizados en la mente del consumidor local, nacional e internacional, y es el sector mejor posicionado en los diferentes mercados de la sociedad global.

Las estrategias de posicionamiento son primordiales para continuar en el largo plazo en el mercado, y requieren de un fortalecimiento permanente para conocer las diferentes manifestaciones que cambian con las necesidades que surgen en el mercado, la aparición de tecnologías. El posicionamiento empresarial más adecuado ocasiona la identificación de las propiedades del producto, del conocimiento de la posición respecto del atributo identificado, de la definición de la mejor estrategia con relación de las ventajas competitivas y de utilizar los canales publicitarios para establecer y comunicar el posicionamiento logrado en el mercado.

Para apuntalar la estrategia de posicionamiento y llegar a competir en condiciones favorables en el mercado las opciones estratégicas tienen que responder al fortalecimiento de la posición que ocupa en la mente del consumidor, atraer la posición que está sin ocupación y desalojar a la competencia posicionada.

Enfoque sobre la medición de la calidad en la investigación

Con el aporte significativo de los más celebrados autores sobre la calidad como Edward Deming con su manifiesto en lograr productos con los más altos

estándares de calidad obtenidos a costos bajos y direccionándolos hacia las necesidades de los reyes del mercado como son los consumidores; en similares términos establece Joseph Juran, la calidad en los productos orientándolo hacia una adecuación a su uso, cumpliendo con todas las exigencias del consumidor; asimismo Phil Crosby se refiere a que el producto debe de lograr una aceptación de las conformidades sobre el producto logrando cero defectos, y por ende sobre los procesos administrativos y productivos del sector empresarial.

En relación a los modelos de calidad de mayor aceptación en el mundo empresarial como son el Deming Prize japonés, el estadounidense Malcom Brigde, el Iberoamericano de Excelencia y el europeo TQM, incluyen los componentes de liderazgo, planificación y gestión por procesos que sirven de directriz para estudiar y medir la calidad en el estudio. De allí que, recogiendo los criterios tanto de autores como modelos de gestión de la calidad mundialmente aceptados este estudio recoge las variables para medir la calidad en el sector industrial de enlatados de atún en la ciudad de Manta.

CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El objetivo fundamental de la investigación es determinar el nivel de influencia que tiene la calidad en la competitividad de las empresas industriales de la pesca. De acuerdo a la metodología aplicada el presente estudio es de tipo básica con la que se pretende buscar las regularidades e identificar los principios generales que orientan los diversos fenómenos que ocurren alrededor de la investigación en el sector industrial de la pesca, su orientación se dirige a lograr un nuevo conocimiento de manera sistemática y metódica, con el objetivo de ampliar el conocimiento del sector industrial objeto de estudio. En tal virtud la tesis de grado se circunscribe como una investigación de tipo descriptivo. Según lo manifiesta Hernández, (2014), “con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. Así, se admite en el estudio que con la información recogida, posteriormente se realizará la descripción, el análisis y la interpretación de manera sistemática de las características que manifieste el fenómeno investigado con respecto a la realidad del escenario planteado. Fairlie, (2012).

Siguiendo a Hernández, (2014), una investigación de tipo correlacional “tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contextos particulares. Para realizar la evaluación del grado de asociación entre dos o más variables, en los estudios correlacionales primero se mide cada una de éstas, y después se cuantifican, analizan y establecen vinculaciones”.

La investigación realizada es de alcance exploratorio, puesto que se presentan las condiciones en que se encuentra el sector atunero industrial de Manta con la finalidad de establecer los indicadores que permitan definir con certeza el fenómeno estudiado. La tesis es de carácter prospectivo debido a que los datos se recogen de fuentes directas acreditadas como son los gerentes de áreas y la gerencia general de

las empresas involucradas en el estudio desde los hechos sucedidos. El tipo de fuente para la recolección de datos es prolectiva puesto que la información se recoge de acuerdo con los criterios del investigador, así como para los fines específicos de la tesis, después de la planificación realizada.

Es no experimental, porque no se manipularán deliberadamente las variables. El fenómeno objeto de estudio se observará en su contexto natural. La recolección de la información se hará directamente de la realidad estudiada, para proceder luego al análisis e interpretación. De acuerdo a la evolución del acontecimiento se considera un estudio transversal, en cuanto los datos han sido tomados en un tiempo delimitado y una población en un momento determinado, lo que ha permitido arribar a conclusiones acerca del fenómeno objeto de estudio.

Finalmente se considera la investigación de tipo cuantitativa, debido a que utilizan procedimientos para la medición de las variables en términos cuantitativos, la que se expresa en forma de un instrumento de investigación.

VARIABLES

Este trabajo se ha realizado determinando las variables objeto de estudio, primeramente la calidad como variable independiente, y la competitividad, definida como la variable dependiente. Se toman de la hipótesis general y de las hipótesis específicas

Identificación de variables

Las empresas atuneras de Manta, han desarrollado políticas de calidad que les ha permitido mejorar el desempeño de su sector industrial, volviéndose más competitivo y atractivo, sin embargo aún se requiere fortalecerlo para alcanzar mayores niveles de competitividad.

Por eso:

$$Y = f(X)$$

Tal situación implica una relación de dependencia entre la variable dependiente como es la competitividad y la variable independiente que es la calidad. Por lo tanto, se presenta la existencia de una relación funcional.

Donde:

X = variable causa (Calidad)

Y= variable efecto (Competitividad)

Operacionalización de las variables

Variable independiente

X = Calidad

X₁= Liderazgo

X₂ = Planificación

X₃ = Gestión por Procesos

Variable dependiente

Y = Competitividad

Y₁ = Innovación

Y₂ = Posicionamiento

3.2. UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis es el lugar donde se recogen los valores de las variables e indicadores correspondientes a la tesis. En este caso, la unidad de análisis serán las empresas enlatadoras de atún, de la ciudad de Manta y sus alrededores.

Para obtener la información de tipo secundario, se acudió a diversas fuentes locales y nacionales, como Cámara de industrias de Manta, Atunec, Ceipa, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca del Ecuador.

3.3. POBLACIÓN DE ESTUDIO

La población es un conjunto finito o infinito de elementos, los mismos que por lo general tienen características comunes, con los cuales se pueden generalizar las conclusiones.

La presente investigación “La calidad y su influencia en la competitividad en las empresas enlatadoras de atún de la ciudad Manta – Ecuador”, se focaliza en el sector industrial con empresas atuneras. Esta tesis es de carácter descriptivo al circunscribirse en el área de las ciencias sociales observando el fenómeno sin afectar el comportamiento normal de la población estudiada. La población está constituida por todas las empresas clasificadas en el sector, que en este caso son 10. Los datos estadísticos serán de todas las variables e Indicadores que intervienen en la tesis: (X) Calidad, (Y) Competitividad, (X₁) Liderazgo, (X₂) Planificación, (X₃) Gestión por Procesos, (Y₁) Innovación y (Y₂) Posicionamiento, con lo cual se tendrá una completa visión del estudio realizado.

En la Tabla 6, se presentan los nombres de las empresas, consideradas para realizar el levantamiento de información y estudiar el sector industrial.

Tabla 5. Empresas enlatadoras de atún en la ciudad de Manta

#	RAZON SOCIAL	SECTOR INDUSTRIAL	DIRECCIÓN MANTA
1	CONSERVAS ISABEL ECUATORIANA S.A.	Procesamiento y conservas de pescados y sardinas	Calle 125 y Av. 103
2	INDUSTRIA ECUATORIANA PRODUCTORA DE ALIMENTOS C.A. INEPACA	Procesamiento y conservas de pescados y sardinas	Malecón S/N Barrio Miraflores
3	SOCIEDAD ECUATORIANA DE ALIMENTOS Y FRIGORIFICOS MANTA S.A. SEAFMAN	Procesamiento y conservas de pescados y otros productos marinos	Malecón de Los Esteros, Calle 124
4	MARBELIZE S.A.	Procesamiento y conservas	Km 5 ½ Vía Manta

		de pescados	Rocafuerte
5	EUROFISH S.A.	Procesamiento y conservas de pescados	Cdla. La Pradera, Urb. Arroyo Azul
6	PESPACA PESQUERA DEL PACÍFICO C.A.	Procesamiento y conservas de pescados	Av. 24 de Mayo y Calle 5 (Of)
7	INDUSTRIAS ENLATADOS ALIMENTICIOS CIA LTDA. IDEAL	Procesamiento y conservas de pescados	Carretera Manta Portoviejo Km 7 ½
8	ASISERVY S.A.	Procesamiento y elaboración de pescado y otros productos	Km 5 ½ Vía Manta Rocafuerte
9	GONDI S.A.	Procesamiento y elaboración de pescado y otros productos marinos	Carretera Manta Portoviejo Km 5 ½
10	TÉCNICA Y COMERCIO DE LA PESCA TECOPESCA C.A.	Procesamiento de pescado y otros productos marinos	Km 4 ½ Vía Manta Rocafuerte

Fuente: Subsecretaría de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca
Elaboración: Autor de la Tesis

3.4. TAMAÑO DE MUESTRA

Para efectos del presente estudio, la población se asimila a la muestra, debido a que su número no es muy amplio, por tanto se tomará todo el conjunto de las empresas enlatadoras de atún, que se encuentran ubicadas en la ciudad de Manta. Se considera que cuando mayor es la muestra mayor es la representatividad. En este caso, como la muestra es menor a 50 individuos se considera todo el universo, que para el caso corresponde a 10 empresas del sector industrial de la pesca en Manta.

3.5. SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Para realizar la investigación se tiene a una población finita, y donde las empresas que participan en el sector industrial son de accesible observación. De acuerdo al criterio de los expertos, cuando una población es menor a 50 individuos, se puede asimilar a la muestra. Por ello en estas situaciones es más ventajoso inspeccionar todos los elementos de una población (Stevenson, 2001), puesto que

cuando la población llega a ser muy pequeña a lo mejor es un poco más costoso y largo realizar un censo que proceder con una muestra, por lo que cuando la población está formada por un grupo de 10 empresas, sin duda lo mejor será llegar a un censo. De allí que, la muestra seleccionada corresponde al total de las empresas del sector industrial de la pesca. Por lo tanto, las encuestas serán aplicadas al total de las empresas seleccionadas.

3.6. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para recolectar la información secundaria en el estudio las técnicas de investigación empleadas son la técnica documental a través de la indagación de información, la técnica bibliográfica para la revisión de libros, revistas, artículos científicos. Para recoger la información primaria la técnica de trabajo de campo empleada fue la encuesta, la cual se aplicó al Gerente General, Gerente de Planificación, Gerente de Ventas y Gerente de Calidad, quienes suministraron la información pertinente para efectuar el análisis de las variable objeto de estudio, tanto independiente como dependiente y de ese modo poder comprobar las hipótesis de la investigación.

Para elaborar el diseño del instrumento de medición se revisó la literatura correspondiente observando cada una de las variables consideradas en el estudio. El diseño de la encuesta se hizo para dirigirla al gerente general, al de ventas, planificación y calidad, para que respondan cada uno de los ítems, con una sucesión de respuestas dirigidas efectuadas bajo la metodología Likert, la cual considera una escala que va del 1 al 5, en donde el 1 significa el valor más bajo, y el 5 representa el valor más alto, que se puede precisar para cada uno de los constructos considerados.

Así, la escala de Likert y el valor que se determina para cada una de las respuestas contempladas en el diseño del instrumento de medición, se presentan en la Tabla 6.

Tabla 6. Escala de Likert

No.	CODIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN
1	5	Totalmente de acuerdo
2	4	De acuerdo
3	3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4	2	En desacuerdo
5	1	Totalmente en desacuerdo

Fuente: Elaboración Propia

El instrumento

Para elaborar el instrumento de investigación, facilitando el proceso investigativo que permita la recolección de datos manteniendo la cientificidad del proceso, a partir de la identificación, conceptualización y operacionalización de las variables consideradas y definidos los indicadores, así como también al tipo y diseño de la investigación y a las unidades de análisis adecuadas al problema de estudio, se entra al proceso de recolección de datos e información pertinentes. Con el reconocimiento realizado sobre el sector industrial objeto de estudio de la presente tesis, el instrumento para recolectar la información fue el cuestionario. También se debe señalar que en la construcción de este instrumento se apoyó en la tesis doctoral denominada “Análisis de implantación de la calidad. Estudio empírico en el sector de alojamiento turístico”, presentada para optar al grado de doctor por la Universidad de Vigo, por Javier Álvarez García. Así mismo, también se consideró el “Manual para la implementación de encuestas de innovación”, Banco Interamericano de Desarrollo (2014). La encuesta también tuvo una ficha de opinión de cuatro expertos sobre el instrumento, la Dra. Patricia Henríquez, Dra. Daysi Soto Calderón, Dr. Fabián Sánchez y Dr. Luis Humberto Moncada, calificando el instrumento de excelente.

Para realizar la fiabilidad del instrumento, se empleó un análisis de confiabilidad proveniente de los resultados de la aplicación de la encuesta. Se considera que los ítems elaborados guardan una relación con tendencia hacia una determinada respuesta. Partiendo desde una óptica probabilística, se tiene a un coeficiente adecuado para cuantificar el nivel de fiabilidad en una escala de medida,

que para el presente trabajo es la conocida escala de Likert. El coeficiente considerado es el Alfa de Cronbach.

Cuando el índice de Alfa de Cronbach se aproxima a 1, el nivel de confiabilidad del instrumento de escala se acepta como significativo. Entonces es importante resaltar que al obtener valores del Alfa de Cronbach por encima de 0.7 la fiabilidad de la escala es relevante Christmann y Van Aeslt, (2006).

La recolección de datos

La información estadística de cada una de las variables que intervienen en las hipótesis por probar, provienen de las encuestas aplicadas al sector atunero y para teorizar el estudio se manejó información de varias organizaciones como la Cámara Ecuatoriana de Industriales de Manta, Ministerio de Industrias, Atunec, Ceipa, Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, que son instituciones que producen información cuantitativa.

Procesamiento y análisis de datos

- a) Las series estadísticas obtenidas son los insumos para alimentar al Programa de Computación denominado IBM SPSS Statistics Version 21. El Programa IBM SPSS proporciona, para cada una de las hipótesis de investigación la información requerida para su verificación.
- b) Hay que anotar que, en la escala de Likert, los datos son cualitativos, se debe codificar los resultados para observar las diferencias entre variables y luego la relación entre ellas; de esa forma, se les da forma cuantitativa. Entonces, para interpretar resultados se lo realiza en términos porcentuales lo que facilita la información en gráficos. De esta manera, resalta la necesidad de manejar un programa estadístico especializado, siendo uno de los más empleados el IBM SPSS Statistics, el cual utiliza cuadros de diálogo, así como guías interactivas para ingresar datos, para posteriormente hacer los análisis respectivos. Quezada, (2016).

- c) Para hacer la prueba de hipótesis se realiza la prueba de Chi cuadrado, como un coeficiente que demuestra la asociación existente entre variables. Hay que tener en cuenta que la interpretación de un coeficiente de Chi cuadrado es el grado de asociación de la relación directa entre dos variables, es solamente matemática. En definitiva, la interpretación que se le dé, está en relación con el nivel de significancia con que se trabaje. Es recomendable que este sea 0.05 o menor. Con la información antes citada, el tesista inmediatamente toma la decisión de aceptar o rechazar la hipótesis en cuestión.

CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Para la presente investigación se preparó un cuestionario de 30 ítems, relacionados con las variables independiente y dependiente, calidad y competitividad, respectivamente. Esta cantidad resulta apropiada para no sufrir pérdida de información, así como no volver cansada su aplicación a las personas encuestadas. El cuestionario consideró los ítems requeridos para obtener las opiniones de las personas encuestadas. Los resultados obtenidos sobre la validación de la encuesta se describen mediante el programa estadístico IBM SPSS versión 21. Se incluyen resultados como la linealidad de los datos, correlación, normalidad de los datos y colinealidad de las variables.

Para realizar la fiabilidad de los datos recolectados y analizar las variables, se apoyó con el programa IBM SPSS. El análisis de fiabilidad se hizo para validar y evaluar el grado de confianza del instrumento de medición utilizado con sus datos, mediante el Alfa de Cronbach. Se considera que mientras más cercano es el valor calculado del valor teórico, que es 1, mayor es el grado de confiabilidad del instrumento. La presente investigación tuvo 30 ítems evaluados, de 40 individuos encuestados. Se obtuvo como resultado un Alfa de Cronbach de 0,947, con lo que se asume una alta confianza de los datos obtenidos en el presente estudio.

Tabla 7. Análisis de fiabilidad de variables

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,947	30

Fuente: SPSS

Con el coeficiente de Alfa de Cronbach se logra un modelo de consistencia interna, el cual se fundamenta en el promedio de las correlaciones entre los ítems. El Alfa de Cronbach proporciona la posibilidad de evaluar, en cuanto puede mejorar o no la fiabilidad de la prueba, al momento de excluir un ítem considerado. Por tanto, las estadísticas del total de elementos, permite mostrar el impacto sobre el nivel de fiabilidad del instrumento al eliminarse un ítem, con lo cual el Alfa de Cronbach puede variar su consistencia. En la presente investigación el impacto que tiene cuando se suprime un elemento, no es muy representativo pues el Alfa mantiene un valor similar al Cronbach. Así, si se eliminara el ítem 1, el Alfa de Cronbach es de 0,944, que no está muy distante del Alfa general que es de 0,947 y esto ocurre con la mayor parte de los ítems considerados que se encuentran cercano al Alfa de Cronbach general. Por tanto, en la ilustración que se presenta en la tabla 8, se puede evidenciar la consistencia de los ítems considerados y el alto nivel de fiabilidad del instrumento con que se ha trabajado la presente investigación.

Tabla 8. Estadísticas de total de elemento

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. La gerencia dirige activamente el programa de calidad y revisa la eficacia	132,37	79,112	,720	,944
2. A los empleados se le anima a que ayuden a implantar los cambios en la empresa	132,42	79,122	,714	,944
3. Los administradores y supervisores permiten a sus empleados tomar ciertas decisiones	132,45	79,279	,697	,944
4. La gerencia reconoce los esfuerzos y las mejoras alcanzadas por el personal	132,40	79,067	,722	,944
5. La gerencia mantiene contactos con los clientes, proveedores y se compromete con ellos en el fomento y participación de alianzas y acciones de mejora	132,42	79,328	,691	,944

6. La gerencia dirige activamente el programa de calidad y revisa la eficacia	132,45	79,331	,691	,944
1. Se desarrollan e implantan las estrategias y planes en base a la información sobre los requisitos de los clientes y las capacidades de la empresa	132,37	79,112	,720	,944
2. La gerencia comunica su estrategia y objetivos a todo el personal	132,42	79,122	,714	,944
3. La gerencia comunica su estrategia y objetivo a los clientes, proveedores y otros agentes externos para que los conozcan	132,45	79,279	,697	,944
4. Se compromete al personal en el establecimiento de los objetivos y planes	132,40	79,067	,722	,944
5. Se identifican y desarrollan procesos claves a partir de la estrategia o planes de negocio	132,42	79,328	,691	,944
6. Se evalúa los resultados realizando una comparación con los planificadores, con el fin de introducir mejoras	132,45	79,331	,691	,944
1. Existe control y mejora continua de los procesos claves	132,45	79,177	,709	,944
2. Los procesos utilizados en la empresa incluyen medidas de calidad	132,35	81,464	,454	,947
3. Se desarrollan nuevos productos con la intención de acceder a otros mercados, anticiparse a las necesidades del mercado actual o tratar de ser mejores que los principales competidores	132,30	81,497	,461	,947
4. Se introducen mejoras en los productos como consecuencia de encuestas de satisfacción a los clientes, quejas y reclamaciones	132,15	84,541	,141	,949

5. Se identifican las áreas de mejoras	132,17	82,507	,391	,947
6. La gerencia apoya las actividades que mejoran la satisfacción de los clientes	132,20	82,985	,319	,948
1. En su empresa se fomenta y promueve la generación de ideas creativas e innovadoras	132,37	79,112	,720	,944
2. En los últimos años la empresa a logrado introducir al mercado un nuevo o significativamente mejorado producto	132,42	79,122	,714	,944
3. La gerencia está comprometida y ofrece apoyo a las actividades de innovación	132,45	79,279	,697	,944
4. La estrategia de su empresa tiene en cuenta la innovación y la considera como un factor de competitividad	132,40	79,067	,722	,944
5. En su empresa se cuenta con computadoras y teléfonos con acceso a internet	132,42	79,328	,691	,944
6. Su empresa destina recursos a la formación o capacitación en el uso y manejo de TIC	132,45	79,331	,691	,944
1. La gerencia elige el mejor posicionamiento para el producto	132,45	79,177	,709	,944
2. Su empresa desarrolla la comunicación más adecuada para lograr el posicionamiento	132,35	81,464	,454	,947
3. En su empresa las estrategias de posicionamiento están basadas en los atributos del producto	132,30	81,497	,461	,947
4. Tiene más variedad de productos que sus competidores	132,15	84,541	,141	,949
5. En su empresa se comunican con los clientes y proveedores	132,17	82,507	,391	,947

6. En su empresa la estrategia comunicacional y comercial genera un posicionamiento en el mercado	132,20	82,985	,319	,948
---	--------	--------	------	------

Fuente: SPSS

ESTUDIO CUANTITATIVO DESCRIPTIVO

El objetivo principal es determinar la relación que tiene la calidad en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún en la ciudad de Manta. Al culminar la investigación, procesados y ponderados los resultados, se obtuvieron las dimensiones así como los indicadores de las variables objeto de estudio, calidad y competitividad.

La presentación gráfica y la información de resultados, de manera sintetizada y ponderada, se las realiza considerando los ítems de las preguntas consideradas, y se exponen a continuación.

DIMENSIONES DE VARIABLE INDEPENDIENTE CALIDAD

Las dimensiones consideradas son: Liderazgo, Planificación y Gestión por Procesos, las mismas que constan de 6 ítems.

INDICADORES DE LIDERAZGO PREGUNTA: 1

Cuadro 1. Gerencia dirige programas de calidad

1. La gerencia dirige activamente el programa de calidad y revisa la eficacia					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	18	45,0	45,0	45,0
	Totalmente de acuerdo	22	55,0	55,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



Gráfico 1. Gerencia dirige programas de calidad

Fuente: SPSS

Los resultados obtenidos del estudio aplicado demuestran que el liderazgo gerencial impacta positivamente en la administración empresarial y que esto propicia oportunidades para mejorar las condiciones del sector industrial de la pesca, lo que redundaría en el bienestar general de los involucrados en este sector, así se evidencia en opinión mayoritaria de la población estudiada que expresa su acuerdo en que la gerencia dirija los programas de calidad de las empresas investigadas (45%), en tanto que el porcentaje restante (55%) manifiesta su total acuerdo en que dirija y revise su eficacia.

INDICADORES DE LIDERAZGO PREGUNTA: 2

Cuadro 2. Empleados ayudan a implantar cambios

2. A los empleados se le anima a que ayuden a implantar los cambios en la empresa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	20	50,0	50,0	50,0
	Totalmente de acuerdo	20	50,0	50,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

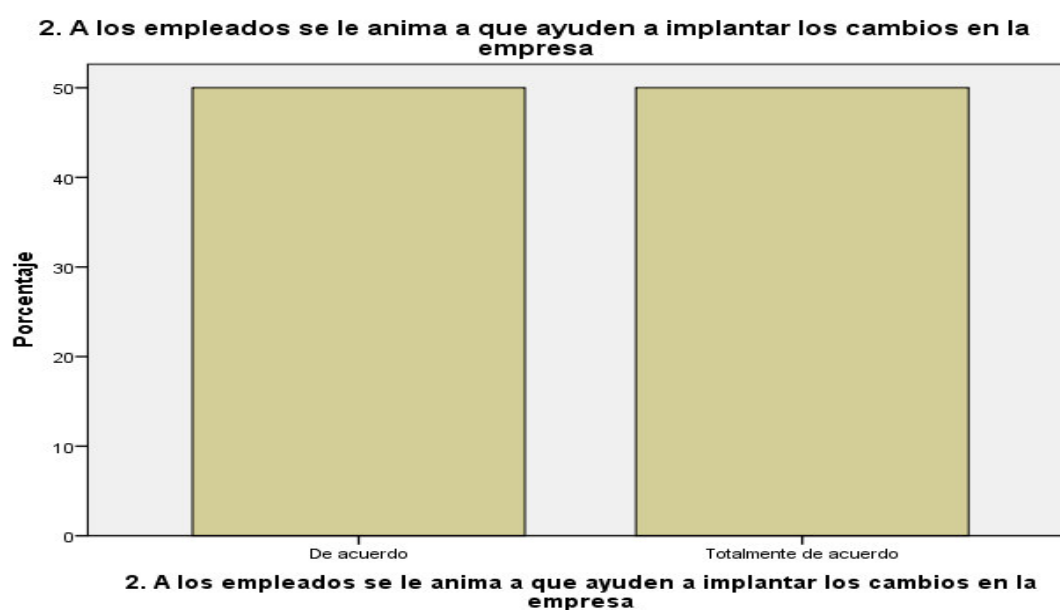


Gráfico 2. Empleados ayudan a implantar cambios

Fuente: SPSS

Los resultados en esta parte del estudio indican la implicación positiva de la planta de empleados en su contribución a implantar los cambios en la empresa, según los criterios de medida utilizados, de acuerdo (50%) y totalmente de acuerdo el otro (50%). En tal sentido, se puede corroborar que un liderazgo efectivo conlleva a empoderar a los empleados en una participación efectiva para lograr los objetivos de la empresa y de esa forma fortalecer el sector industrial pesquero.

INDICADORES DE LIDERAZGO PREGUNTA: 3

Cuadro 3. Administradores y supervisores toman ciertas decisiones

3. Los administradores y supervisores permiten a sus empleados tomar ciertas decisiones					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	21	52,5	52,5	52,5
	Totalmente de acuerdo	19	47,5	47,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

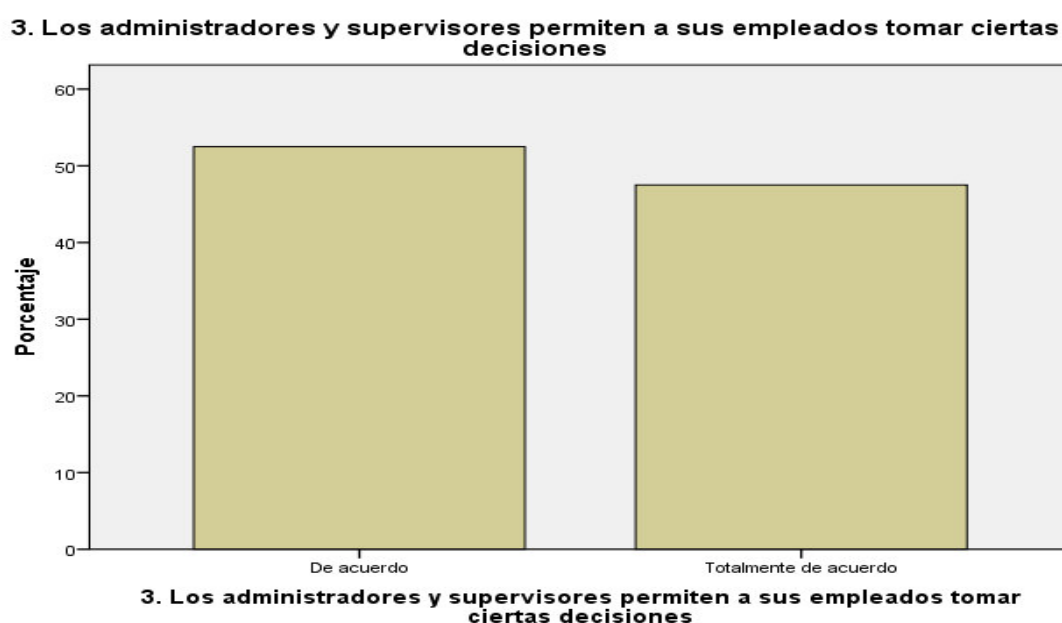


Gráfico 3. Administradores y supervisores toman ciertas decisiones

Fuente: SPSS

La toma de decisiones por parte de los administradores y supervisores, dentro del ámbito de su competencia permite que este personal tenga grados de autonomía para aportar con sus ideas para mejorar la organización, según expresan los involucrados en el estudio en los indicadores de medida utilizados, de acuerdo (52,50%) y totalmente de acuerdo (47,50%). En definitiva los resultados revelan la notable connotación que tiene el liderazgo, que se fortalece con la participación activa del personal de administradores y supervisores.

INDICADORES DE LIDERAZGO PREGUNTA: 4

Cuadro 4. Gerencia reconoce esfuerzos del personal

4. La gerencia reconoce los esfuerzos y las mejoras alcanzadas por el personal					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	19	47,5	47,5	47,5
	Totalmente de acuerdo	21	52,5	52,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



Gráfico 4. Gerencia reconoce esfuerzos del personal

Fuente: SPSS

Un aspecto importante de la gerencia se orienta a reconocer los esfuerzos y mejoras logradas por el personal de la empresa, lo que representa grandes beneficios al sector industrial de la pesca. Estos criterios subyacen de los resultados obtenidos en el estudio que evidencian el acuerdo del (47,50%) y totalmente de acuerdo (52,50%) de la población objeto de estudio. Tal situación compromete el trabajo desarrollado por todos los miembros de la empresa, lo que se considera positivo para el sector y población en general.

INDICADORES DE LIDERAZGO PREGUNTA: 5

Cuadro 5. Gerencia mantiene contactos con clientes y proveedores

5. La gerencia mantiene contactos con los clientes, proveedores y se compromete con ellos en el fomento y participación de alianzas y acciones de mejora					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	20	50,0	50,0	50,0
	Totalmente de acuerdo	20	50,0	50,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

5. La gerencia mantiene contactos con los clientes, proveedores y se compromete con ellos en el fomento y participación de alianzas y acciones de mejora

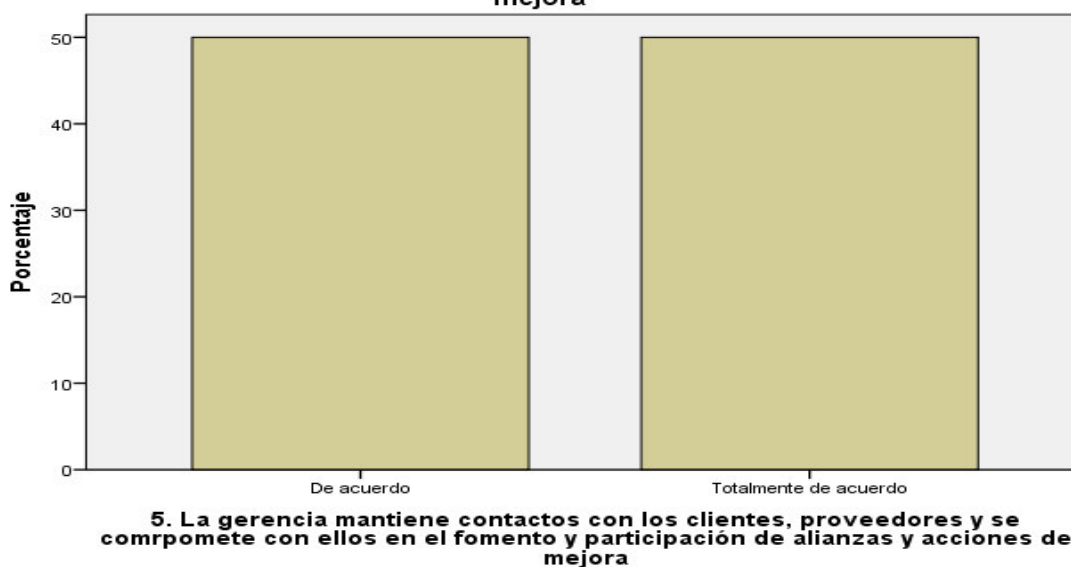


Grafico 5. Gerencia mantiene contactos con clientes y proveedores

Fuente: SPSS

El contacto con clientes y proveedores es punto estratégico que la gerencia no debe perder de vista en tanto representan oportunidad de crecimiento para el sector así como asumir el compromiso hacia el fomento y participación con alianzas y acciones de mejora, esto es lo que se revela en la opinión de los actores involucrados en el estudio que expresan su total acuerdo (100%) en realizar esta gestión de contactos. Un liderazgo efectivo genera confianza en otros participantes de la cadena productiva, que benefician a la empresa.

INDICADORES DE LIDERAZGO PREGUNTA: 6

Cuadro 6. Gerencia comunica compromiso de calidad al personal

6. Gerencia comunica compromiso de calidad al personal					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	21	52,5	52,5	52,5
	Totalmente de acuerdo	19	47,5	47,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



Gráfico 6. Gerencia comunica compromiso de calidad al personal

Fuente: SPSS

En el estudio se evidencia la notoria importancia de comunicar e incorporar al personal en el compromiso con la calidad, en donde se obtuvo criterios generales de total acuerdo (100%) en realizar esta actividad. En tal circunstancia el personal administrativo como de producción asume la responsabilidad de realizar todas sus actividades y tareas precautelando la calidad para lograr competitividad en su empresa.

INDICADORES DE PLANIFICACIÓN PREGUNTA: 1

Cuadro 7. Se desarrollan e implantan estrategias

1. Se desarrollan e implantan las estrategias y planes en base a la información sobre los requisitos de los clientes y las capacidades de la empresa					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	18	45,0	45,0	45,0
	Totalmente de acuerdo	22	55,0	55,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

1. Se desarrollan e implantan las estrategias y planes en base a la información sobre los requisitos de los clientes y las capacidades de la empresa

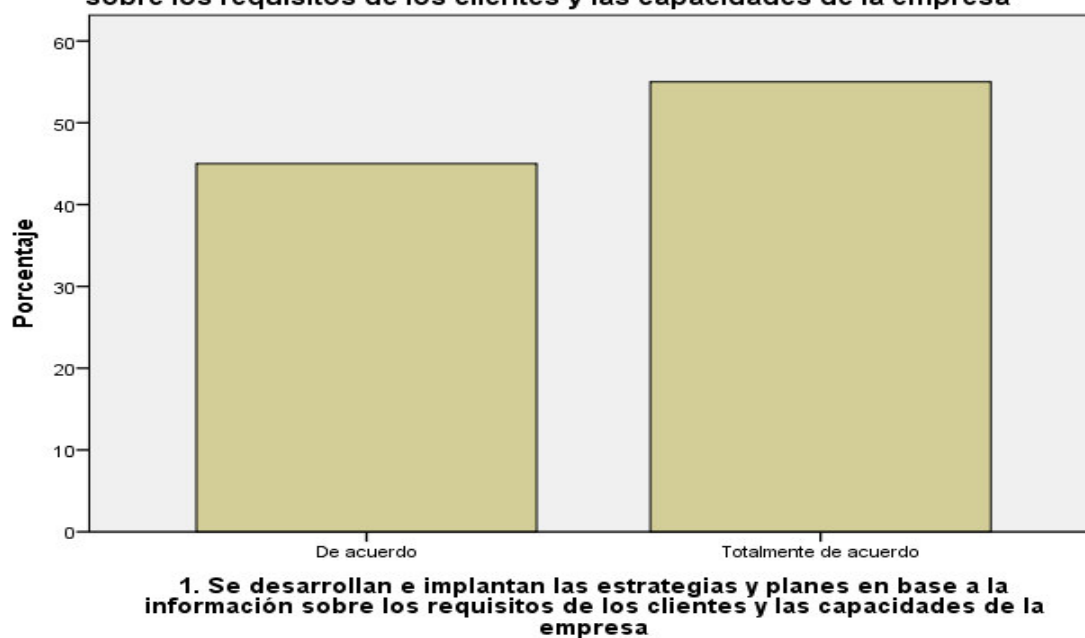


Gráfico 7. Se desarrollan e implantan estrategias

Fuente: SPSS

La planificación e implementación de estrategias y planes de crecimiento en base a la información sobre los requisitos de los clientes, así como las capacidades de la empresa son una necesidad imperiosa. Así lo evidencian los resultados (45%) de acuerdo, en relación con un total acuerdo (55%), lo que contribuye a asumir las responsabilidades con miras al logro de la calidad.

INDICADORES DE PLANIFICACIÓN PREGUNTA: 2

Cuadro 8. Gerencia comunica estrategia al personal

2. La gerencia comunica su estrategia y objetivos a todo el personal					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	20	50,0	50,0	50,0
	Totalmente de acuerdo	20	50,0	50,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



Gráfico 8. Gerencia comunica estrategia al personal

Fuente: SPSS

Para alcanzar una planificación de calidad, la gerencia debe comunicar su estrategia y objetivos a todo el personal. Esto se revela en los resultados obtenidos en el estudio (100%) que encierra la totalidad de respuestas en los dos indicadores de medida, por tanto es imperativo que la gerencia realice esta actividad comunicacional, que redundará favorablemente en la empresa y el sector industrial pesquero. Las respuestas son reveladoras para el beneficio empresarial.

INDICADORES DE PLANIFICACIÓN PREGUNTA: 3

Cuadro 9. Gerencia comunica estrategias y objetivos a clientes y proveedores

3. La gerencia comunica su estrategia y objetivo a los clientes, proveedores y otros agentes externos para que los conozcan					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	21	52,5	52,5	52,5
	Totalmente de acuerdo	19	47,5	47,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

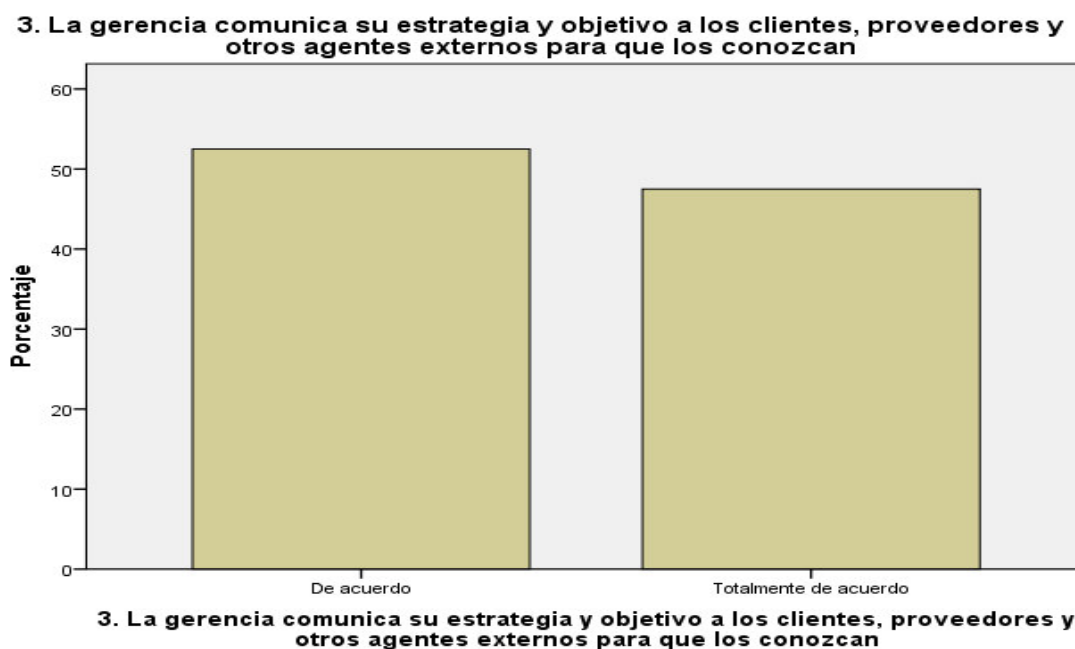


Gráfico 9: Gerencia comunica estrategias y objetivos a clientes y proveedores

Fuente: SPSS

Para alcanzar una planificación efectiva, la gerencia debe comunicar de manera permanente sus estrategias y objetivos de crecimiento, a los clientes, proveedores y todos los agentes externos afines para que la conozcan, lo cual es tarea fundamental, en el criterio de acuerdo del (52,50%) y totalmente de acuerdo (47,50%) de los involucrados en el estudio, con el fin de lograr una planificación de la calidad.

INDICADORES DE PLANIFICACIÓN PREGUNTA: 4

Cuadro 10. Compromiso del personal con objetivos y planes

4. Se compromete al personal en el establecimiento de los objetivos y planes					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	19	47,5	47,5	47,5
	Totalmente de acuerdo	21	52,5	52,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

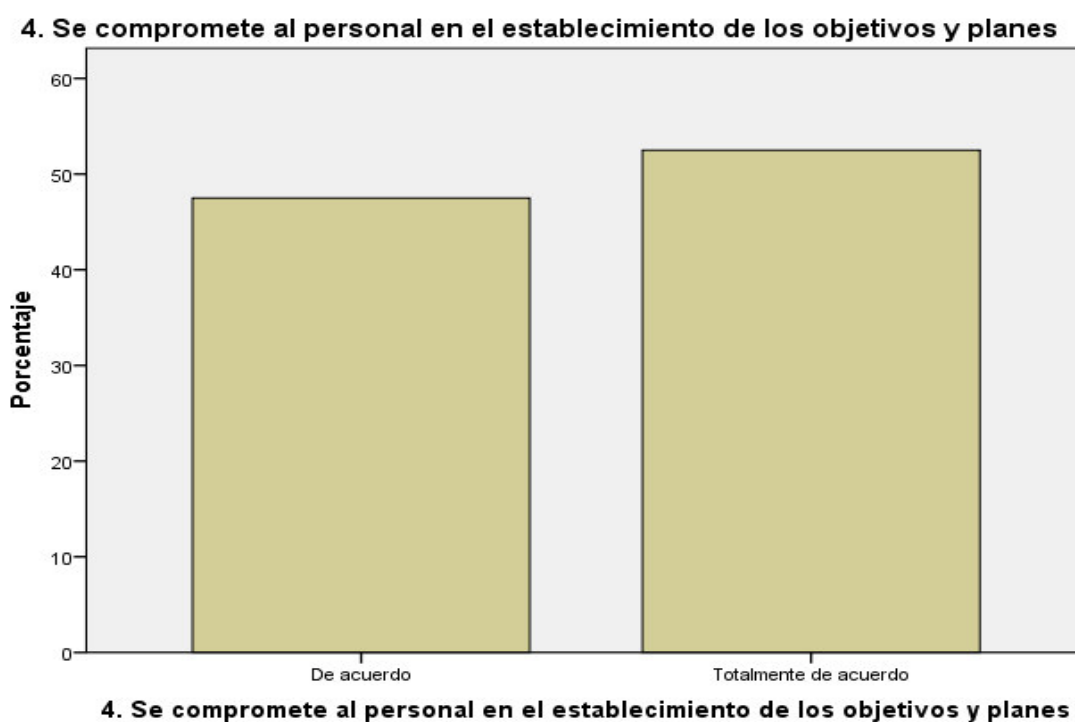


Gráfico 10. Compromiso del personal con objetivos y planes

Fuente: SPSS

En relación a una planificación de calidad, la gerencia compromete al personal a establecer los objetivos y planes empresariales. Esta situación se manifiesta en mayor medida, en los encuestados que expresan su total acuerdo, (52,50%) para que la gerencia genere el compromiso empresarial con la planta de colaboradores, sin descuidar el acuerdo (47,50%) de los implicados en el estudio.

INDICADORES DE PLANIFICACIÓN PREGUNTA: 5

Cuadro 11. Procesos claves identificados

5. Se identifican y desarrollan procesos claves a partir de la estrategia o planes de negocio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	20	50,0	50,0	50,0
	Totalmente de acuerdo	20	50,0	50,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

5. Se identifican y desarrollan procesos claves a partir de la estrategia o planes de negocio

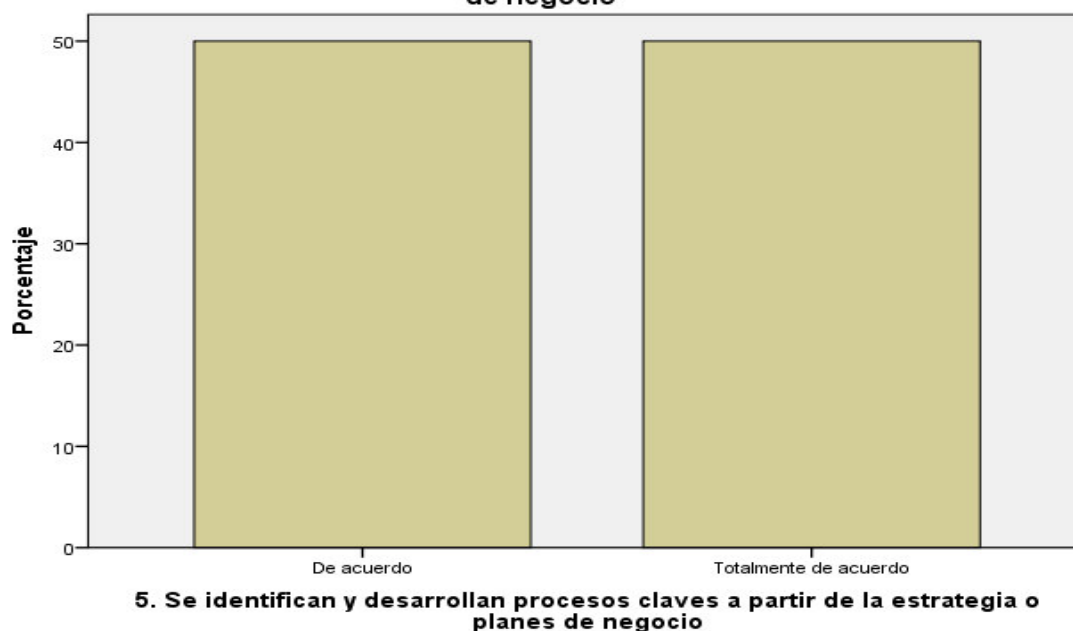


Gráfico 11. Procesos claves identificados

Fuente: SPSS

La identificación y desarrollo de los procesos claves para establecer las estrategias o planes de negocio, ha sido de total acuerdo (100%) entre los encuestados, quienes consideran importante que la gerencia propicie el desarrollo de procesos claves que conviertan a la calidad en un elemento fundamental para conseguir la competitividad.

INDICADORES DE PLANIFICACIÓN PREGUNTA: 6

Cuadro 12. Evaluación de resultados para mejorar

6. Se evalúa los resultados realizando una comparación con los planificadores, con el fin de introducir mejoras					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	21	52,5	52,5	52,5
	Totalmente de acuerdo	19	47,5	47,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

6. Se evalúa los resultados realizando una comparación con los p'lanificadores, con el fin de introducir mejoras

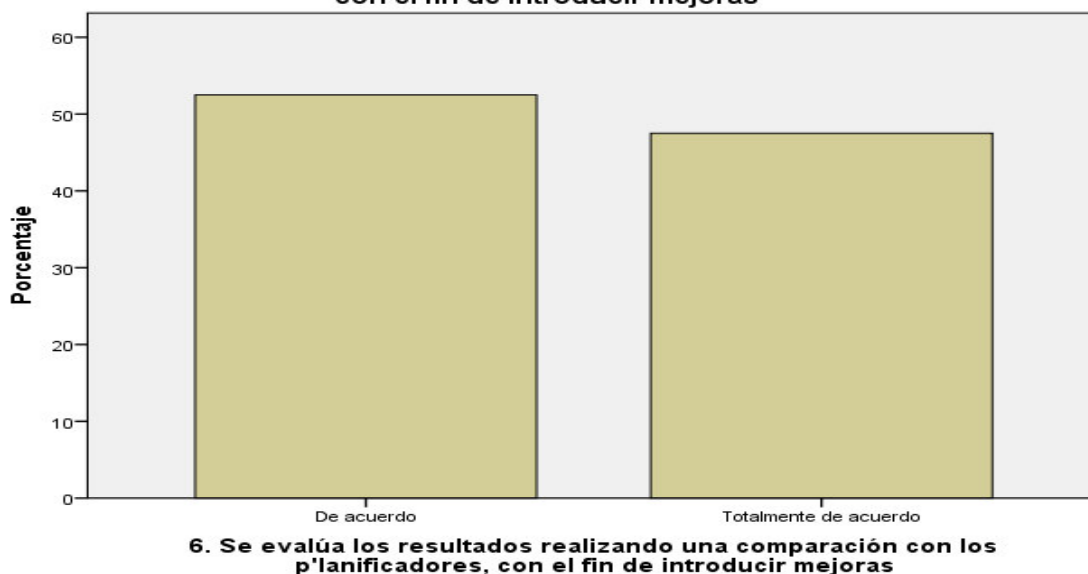


Gráfico 12. Evaluación de resultados para mejorar

Fuente: SPSS

Respecto a si se evalúa los resultados realizando una comparación con los planificadores de las empresas analizadas, para introducir mejoras y considerarlas en la planificación, los gerentes (52,50%) consideran estar de acuerdo, mientras que un significativo (47,50%) está totalmente de acuerdo. La política de planificación se convierte en un instrumento de decisión para la gerencia, mediante la cual logra posicionar a la empresa en el mercado.

INDICADORES DE GESTIÓN POR PROCESOS PREGUNTA: 1

Cuadro 13. Control y mejora continua

1. Control y mejora continua de los procesos claves					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	21	52,5	52,5	52,5
	Totalmente de acuerdo	19	47,5	47,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

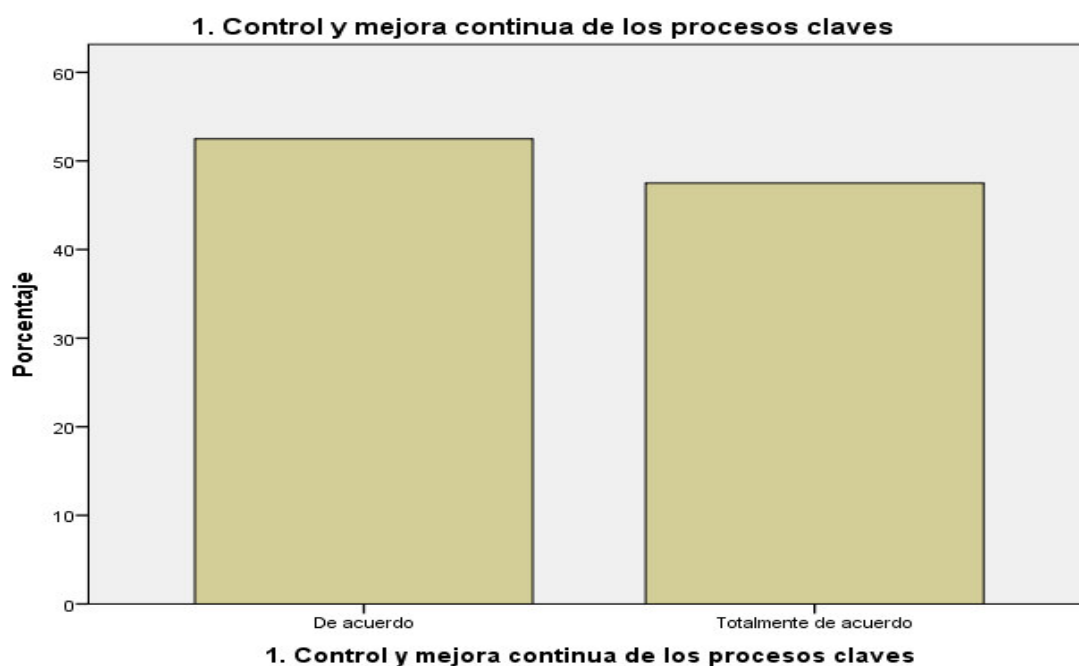


Gráfico 13. Control y mejora continua

Fuente: SPSS

El control y mejora continua de los procesos claves, con el fin de desarrollar una gestión por procesos eficaz para la empresa, cuidando que cada actividad se cumpla con la mayor precisión en las áreas de trabajo, logra el criterio de acuerdo (52,50%), mientras un significativo (47,50%) expresa su total acuerdo para que se apliquen estos procesos.

INDICADORES DE GESTIÓN POR PROCESOS PREGUNTA: 2

Cuadro 14. Procesos con medida de calidad

2. Los procesos utilizados en la empresa incluyen medidas de calidad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	17	42,5	42,5	42,5
	Totalmente de acuerdo	23	57,5	57,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

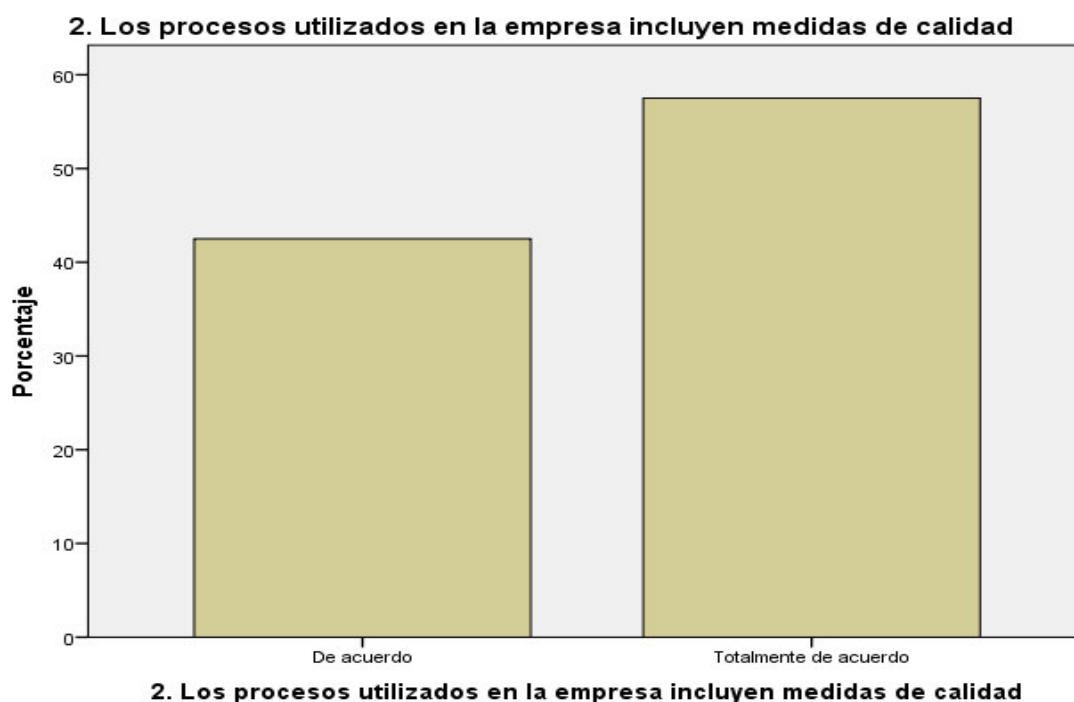


Gráfico 14. Procesos con medida de calidad

Fuente: SPSS

La aplicación de medidas de calidad en la gestión por procesos que realizan las empresas, alcanza la mayor puntuación (57,50%) de los encuestados, lo cual además, contribuye a elevar y garantizar la calidad de los procesos y productos, que se destina tanto al mercado interno y externo.

INDICADORES DE GESTIÓN POR PROCESOS PREGUNTA: 3

Cuadro 15. Desarrollo de nuevos productos

3. Los administradores y supervisores permiten a sus empleados tomar ciertas decisiones					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	21	52,5	52,5	52,5
	Totalmente de acuerdo	19	47,5	47,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

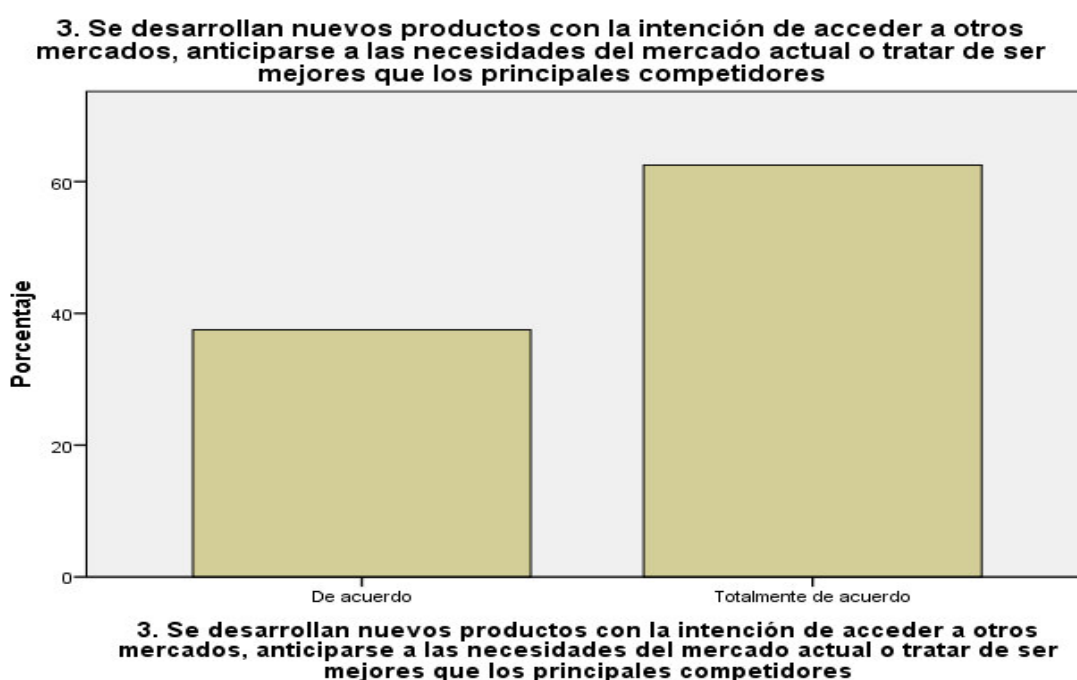


Gráfico 15. Desarrollo de nuevos productos

Fuente: SPSS

La empresa desarrolla nuevos productos con la intención de expandirse a otros mercados, así como anticiparse a las necesidades del mercado actual o anticiparse a los principales competidores, acción que se pondera notablemente en criterio de la mayoría de encuestados (62,50%) que expresan su total acuerdo con las políticas de desarrollar nuevos productos, para competir en el mercado en mejores condiciones.

INDICADORES DE GESTIÓN POR PROCESOS PREGUNTA: 4

Cuadro 16. Mejora en los productos

4. Se introducen mejoras en los productos como consecuencia de encuestas de satisfacción a los clientes, quejas y reclamaciones					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	9	22,5	22,5	22,5
	Totalmente de acuerdo	31	77,5	77,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

4. Se introducen mejoras en los productos como consecuencia de encuestas de satisfacción a los clientes, quejas y reclamaciones

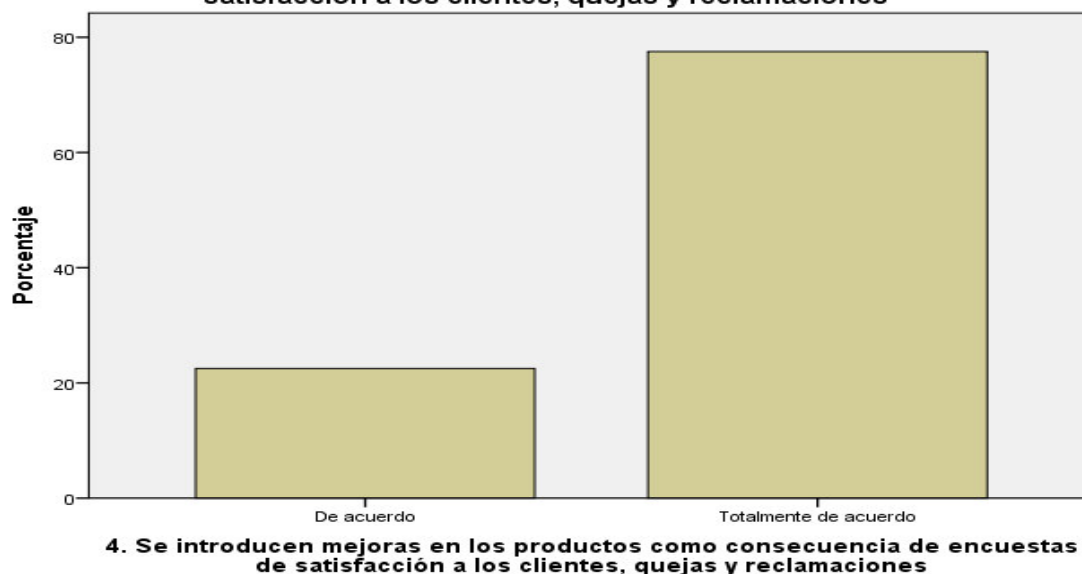


Gráfico 16. Mejora en los productos

Fuente: SPSS

Para mejorar la gestión por procesos, se introducen mejoras en los productos, como resultado de la aplicación de encuestas de satisfacción a clientes, así como de la recepción de quejas y sugerencias, en donde los gerentes (77,50%) expresan estar totalmente de acuerdo en la búsqueda de mejoras de los productos, tomando en cuenta los criterios de los consumidores, lo que permite a la empresa la posibilidad de estar vigente y competitiva en el mercado.

INDICADORES DE GESTIÓN POR PROCESOS PREGUNTA: 5

Cuadro 17. Identificación de áreas de mejora

5. Se identifican las áreas de mejoras					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	10	25,0	25,0	25,0
	Totalmente de acuerdo	30	75,0	75,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

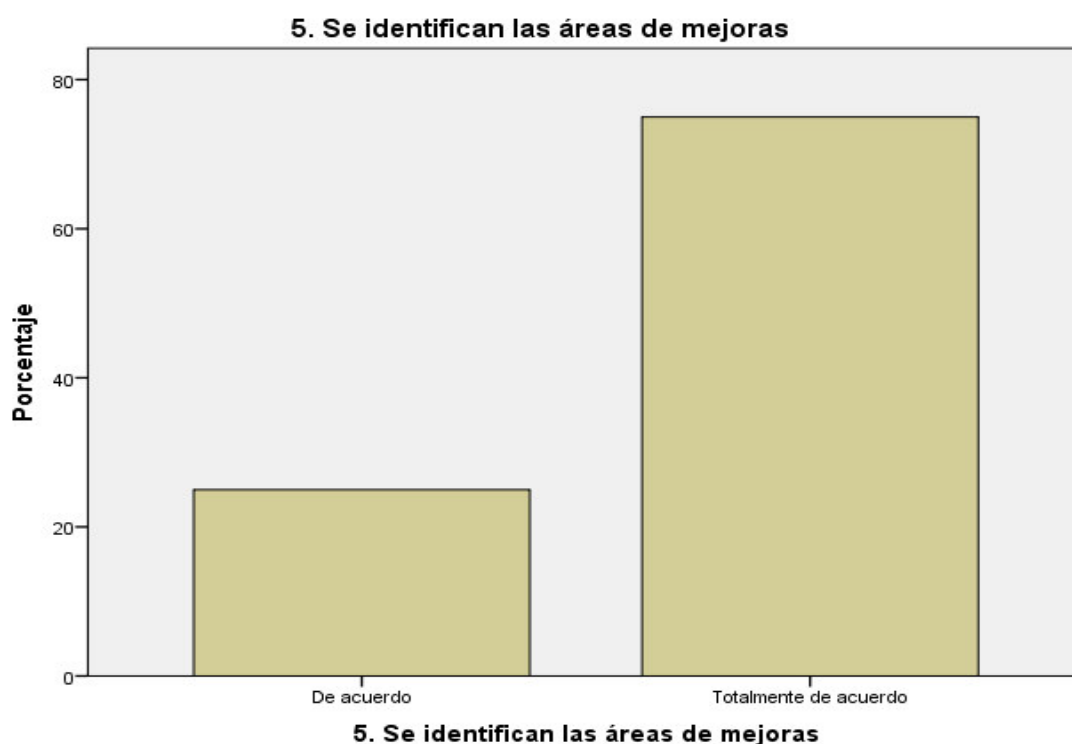


Gráfico 17. Identificación de áreas de mejora

Fuente: SPSS

Los gerentes del sector pesquero del atún, mayoritariamente (75,00%) se manifiestan totalmente de acuerdo en que una gestión de la calidad de los procesos tiene que identificar las áreas de mejora, para garantizar que se cumplan las decisiones y normativas que la empresa implanta para asegurar la calidad de sus procesos y productos.

INDICADORES DE GESTIÓN POR PROCESOS PREGUNTA: 6

Cuadro 18. Gerencia apoya actividades de mejora

6. La gerencia apoya las actividades que mejoran la satisfacción de los clientes					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	11	27,5	27,5	27,5
	Totalmente de acuerdo	29	72,5	72,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

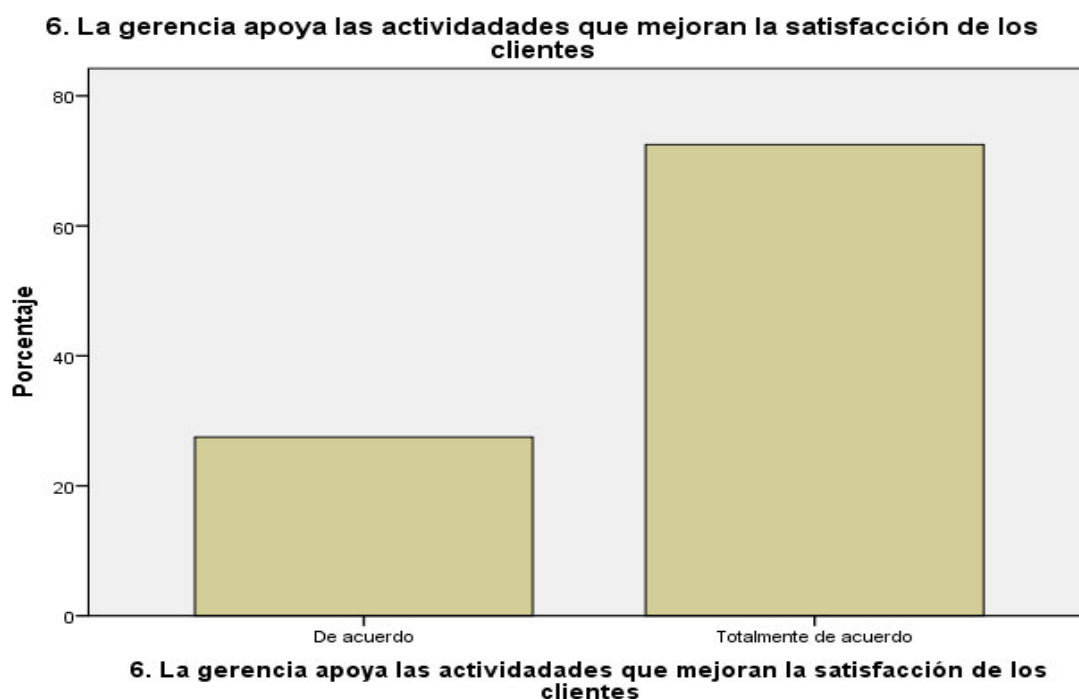


Gráfico 18. Gerencia apoya actividades de mejora

Fuente: SPSS

En relación a que la gerencia apoya las actividades que contribuyen a satisfacer las exigencias de los clientes, la planta gerencial del sector industrial está totalmente el (72,50%) de acuerdo en orientar su apoyo a todas las actividades empresariales para el cumplimiento de los procesos, dando más opciones para el fortalecimiento de la empresa.

DIMENSIONES DE LA VARIABLE DEPENDIENTE COMPETITIVIDAD

Las dimensiones consideradas son: Innovación y Posicionamiento, donde cada uno consta de 6 ítems.

INDICADORES DE INNOVACIÓN PREGUNTA: 1

Cuadro 19. La empresa fomenta ideas creativas e innovadoras

1. En su empresa se fomenta y promueve la generación de ideas creativas e innovadoras					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	18	45,0	45,0	45,0
	Totalmente de acuerdo	22	55,0	55,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

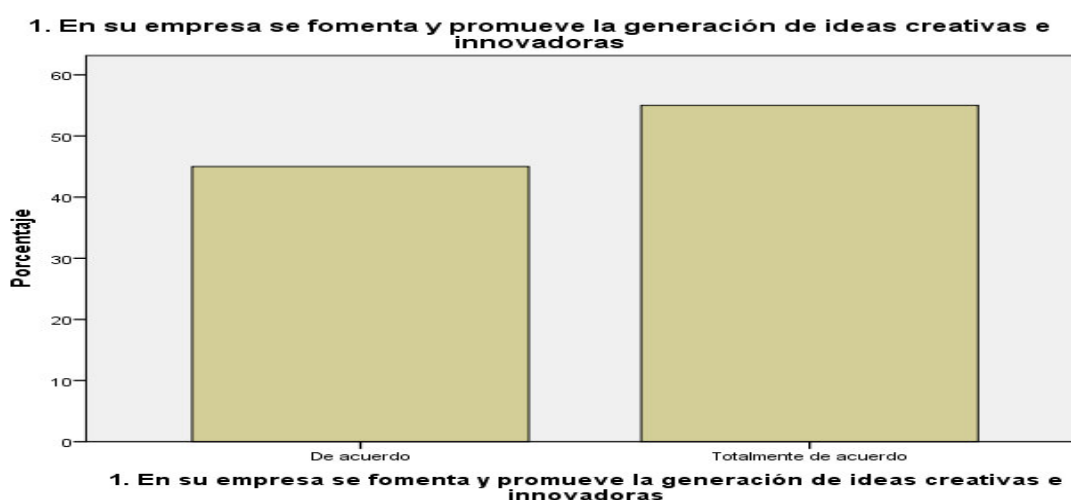


Gráfico 19. La empresa fomenta ideas creativas e innovadoras

Fuente: SPSS

En lo relacionado a la capacidad de innovación, el estudio revela que los gerentes (55,00%) están totalmente de acuerdo en que, para mantenerse y aprovechar las oportunidades que se generan en el mercado, es necesario innovar procesos y productos con el fin de atender las demandas crecientes de los consumidores, a nivel local e internacional, la empresa fomente y promueva la generación de ideas creativas e innovadoras.

INDICADORES DE INNOVACIÓN PREGUNTA: 2

Cuadro 20. Empresa introduce nuevos productos

2. En los últimos años la empresa a logrado introducir al mercado un nuevo o significativamente mejorado producto					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	20	50,0	50,0	50,0
	Totalmente de acuerdo	20	50,0	50,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

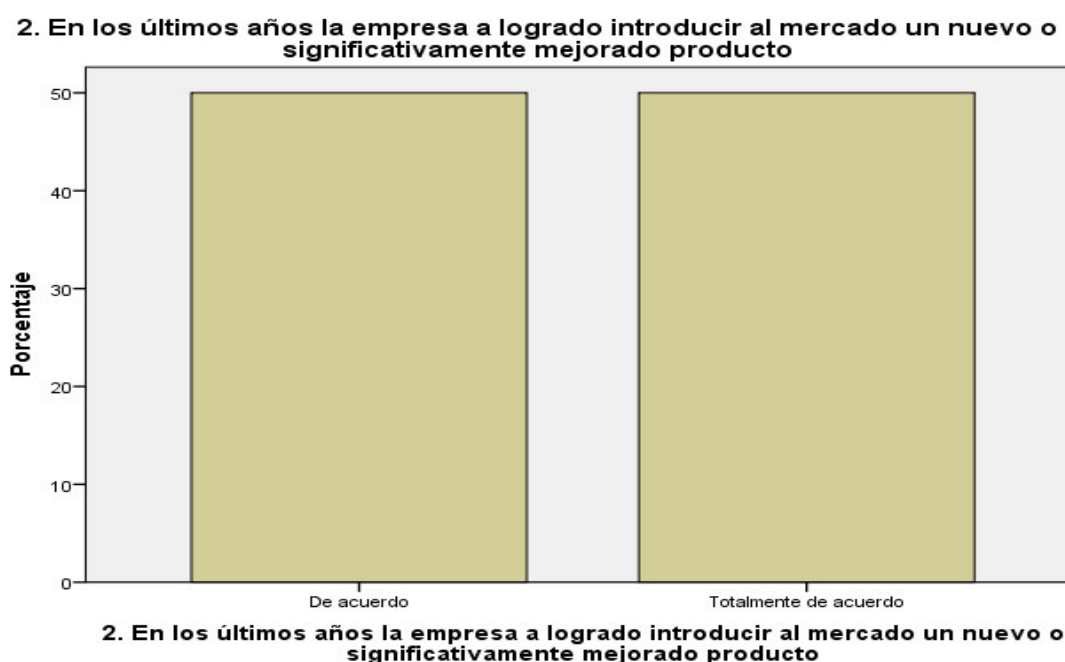


Gráfico 20. Empresa introduce nuevos productos

Fuente: SPSS

La gerencia del sector industrial pesquero, expresa un criterio de total acuerdo (50,00%) de que en los últimos años la empresa ha logrado introducir al mercado un nuevo producto u otro significativamente mejorado. La innovación empresarial genera la introducción de nuevos productos con los cuales mantiene la competitividad en el sector industrial.

INDICADORES DE INNOVACIÓN PREGUNTA: 3

Cuadro 21. Gerencia apoya actividades de innovación

3. La gerencia está comprometida y ofrece apoyo a las actividades de innovación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	21	52,5	52,5	52,5
	Totalmente de acuerdo	19	47,5	47,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

3. La gerencia está comprometida y ofrece apoyo a las actividades de innovación



Gráfico 21. Gerencia apoya actividades de innovación

Fuente: SPSS

Los gerentes involucrados en el estudio (52,50%) está de acuerdo en el compromiso y apoyo hacia todas las actividades de innovación que promueva la empresa, sin dejar de considerar la totalidad de acuerdo (47,50%) que también expresan. El personal está en continua renovación para crear propuestas de cambio con el fin de superar amenazas al posicionamiento de la empresa.

INDICADORES DE INNOVACIÓN PREGUNTA: 4

Cuadro 22. La innovación como factor de la competitividad

4. La estrategia de su empresa tiene en cuenta la innovación y la considera como un factor de competitividad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	19	47,5	47,5	47,5
	Totalmente de acuerdo	21	52,5	52,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

4. La estrategia de su empresa tiene en cuenta la innovación y la considera como un factor de competitividad

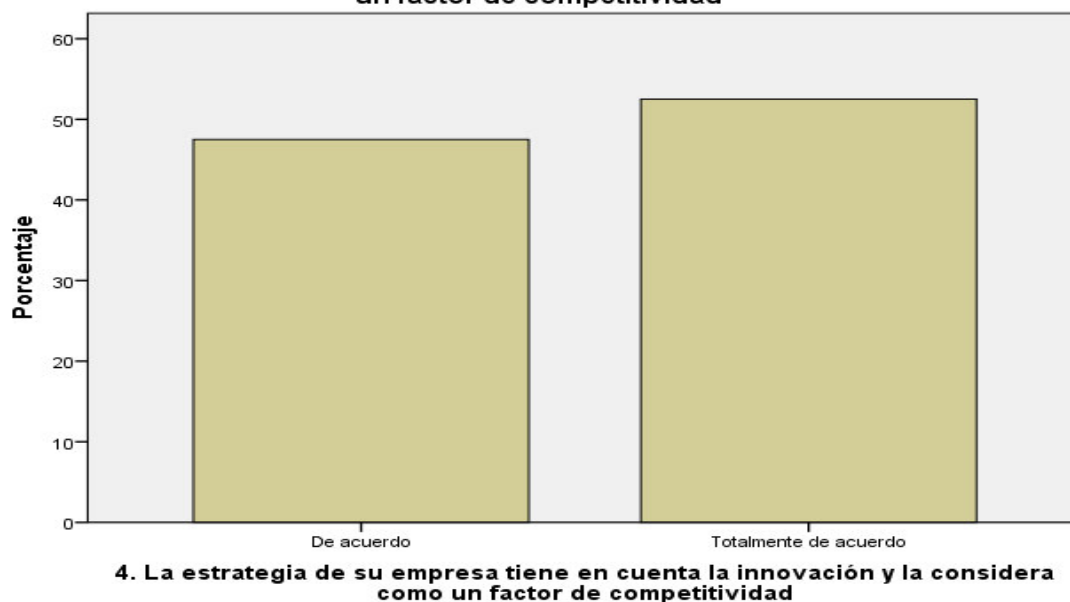


Gráfico 22. La innovación como factor de la competitividad

Fuente: SPSS

En lo relacionado a la innovación como una estrategia y su consideración como un factor de competitividad, la gerencia está totalmente de acuerdo (52,50%) en que la empresa, para alcanzar poder competitivo, debe desarrollar estrategias de innovación para lograr competitividad en el sector industrial y un desempeño de éxito en el mercado.

INDICADORES DE INNOVACIÓN PREGUNTA: 5

Cuadro 23. Empresas con computadoras e internet

5. En su empresa se cuenta con computadoras y teléfonos con acceso a internet					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	20	50,0	50,0	50,0
	Totalmente de acuerdo	20	50,0	50,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



Gráfico 23. Empresas con computadoras e internet

Fuente: SPSS

Para establecer una política de innovación la empresa debe contar con equipamiento y la tecnología necesaria, como computadoras, teléfonos, acceso a internet, para crear e innovar los procesos y productos. La gerencia de las empresas involucradas en el estudio (50,00%) expresan su total acuerdo en apoyarse con equipos y tecnología para atender los retos y demanda que presenta la sociedad y el mercado.

INDICADORES DE INNOVACIÓN PREGUNTA: 6

Cuadro 24. Recursos para capacitación en TIC

6. Su empresa destina recursos a la formación o capacitación en el uso y manejo de TIC					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	21	52,5	52,5	52,5
	Totalmente de acuerdo	19	47,5	47,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

6. Su empresa destina recursos a la formación o capacitación en el uso y manejo de TIC

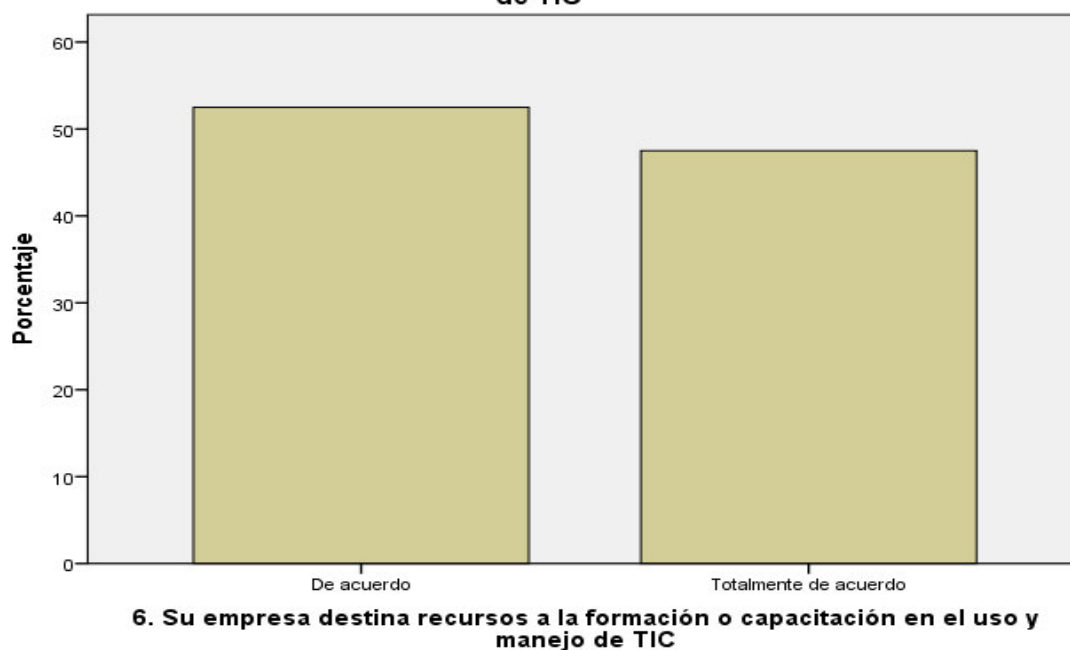


Gráfico 24. Recursos para capacitación en TIC

Fuente: SPSS

El de la gerencia está de acuerdo que La importancia de que la empresa destine recursos a la formación y capacitación en el uso y manejo de la Tecnología de Información y Comunicación (TIC) se reafirma en la mayoritaria opinión (52,50%) de gerentes de las empresas estudiadas para innovar productos con mayor calidad para satisfacer necesidades del mercado.

INDICADORES DE POSICIONAMIENTO PREGUNTA: 1

Cuadro 25. Gerencia elije posicionamiento

1. La gerencia elije el mejor posicionamiento para el producto					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	21	52,5	52,5	52,5
	Totalmente de acuerdo	19	47,5	47,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

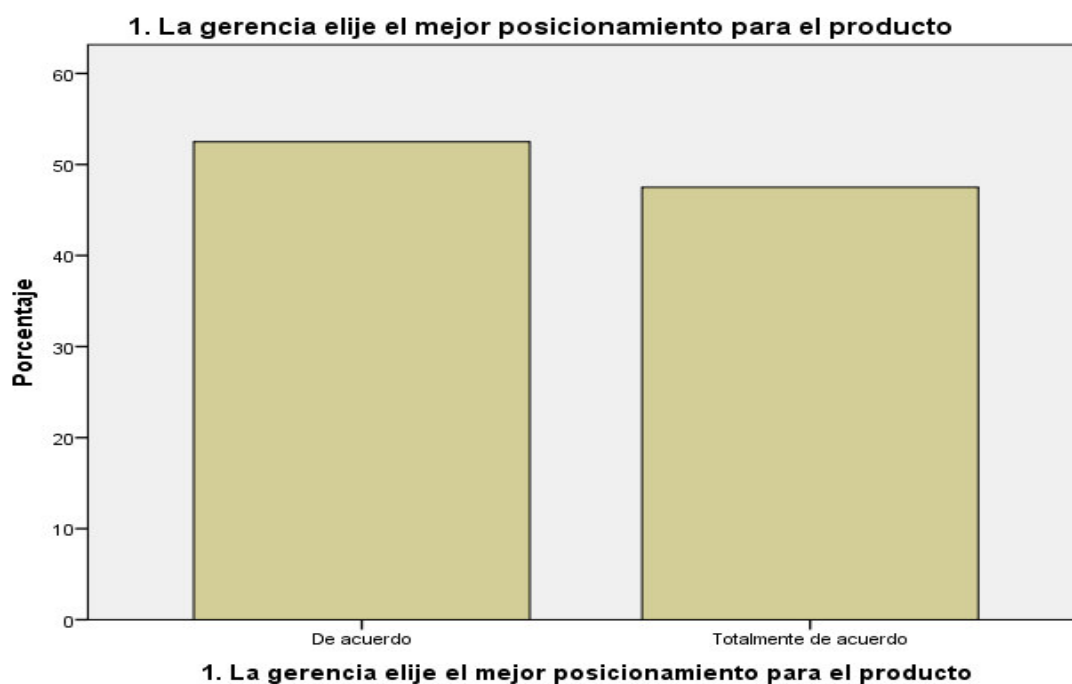


Gráfico 25. Gerencia elije posicionamiento

Fuente: SPSS

Dentro del portafolio de productos que tiene la empresa, la gerencia tiene la capacidad de elegir el mejor posicionamiento para el producto seleccionado, en donde la gerencia de las industrias (52,50%) está de acuerdo en manejar una política de influencia, posicionando sus productos en la decisiones y mente del consumidor.

INDICADORES DE POSICIONAMIENTO PREGUNTA: 2

Cuadro 26. Empresa desarrolla comunicación

2. Su empresa desarrolla la comunicación más adecuada para lograr el posicionamiento					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	17	42,5	42,5	42,5
	Totalmente de acuerdo	23	57,5	57,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

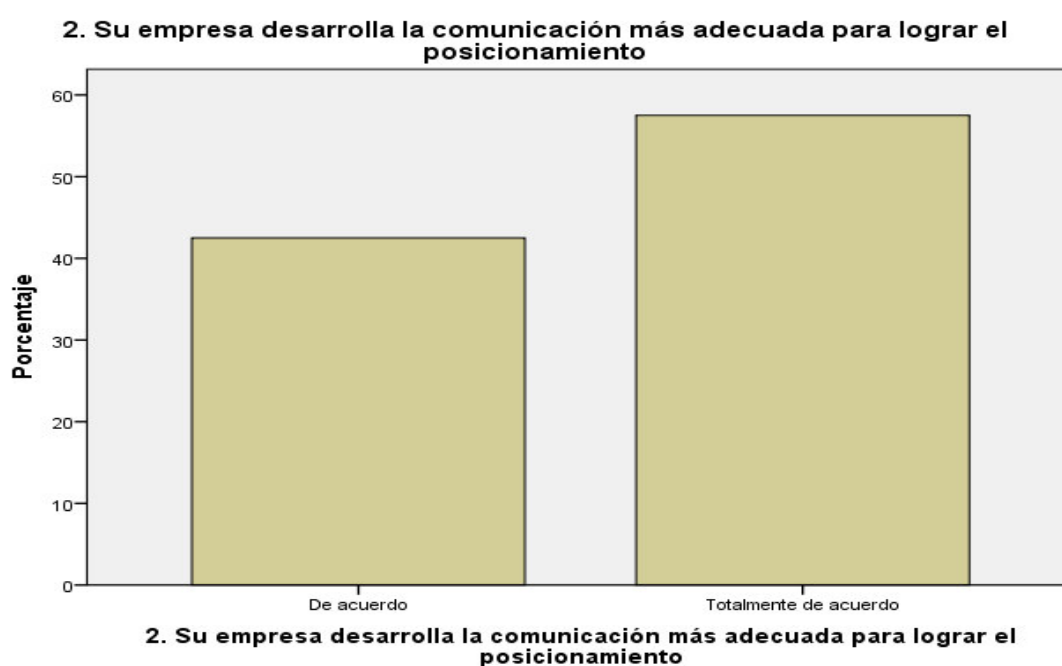


Gráfico 26. Empresa desarrolla comunicación

Fuente: SPSS

La gerencia de las industrias (57,50%) manifiestan su total acuerdo en que las empresas tienen que desarrollar la comunicación más adecuada para alcanzar el posicionamiento esperado dentro del mercado. Por tanto, la política comunicacional de la empresa debe orientar su objetivo a garantizar el conocimiento de los productos en el mercado y la preferencia de los consumidores.

INDICADORES DE POSICIONAMIENTO PREGUNTA: 3

Cuadro 27. Estrategias de posicionamiento y atributos del producto

3. En su empresa las estrategias de posicionamiento están basadas en los atributos del producto					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	15	37,5	37,5	37,5
	Totalmente de acuerdo	25	62,5	62,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

3. En su empresa las estrategias de posicionamiento están basadas en los atributos del producto

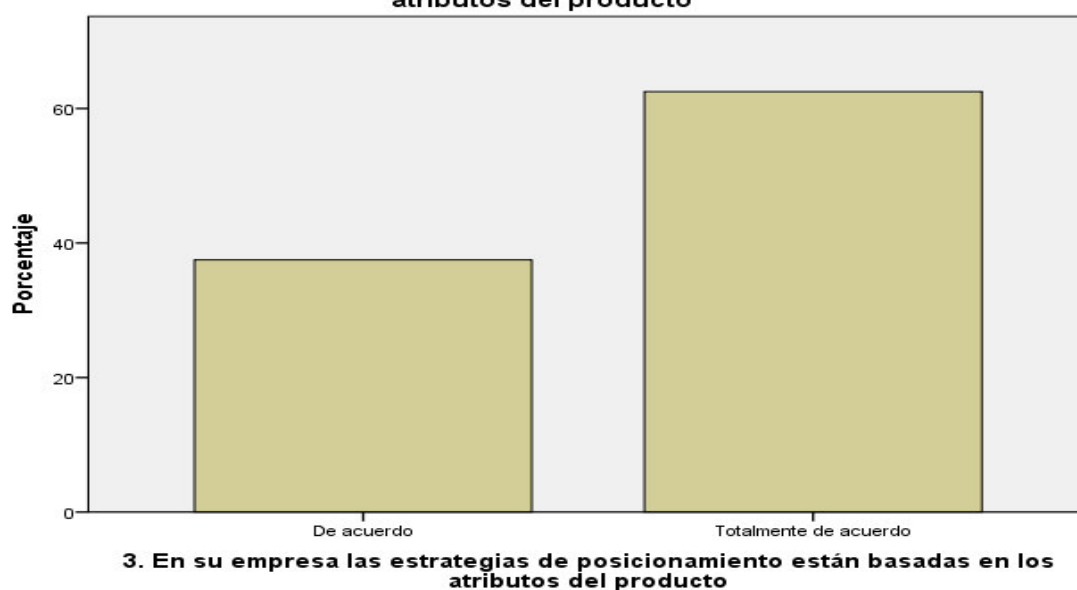


Gráfico 27. Estrategias de posicionamiento y atributos del producto

Fuente: SPSS

Los atributos que caracterizan un producto son las que contribuyen a su posicionamiento en el mercado, esta es, en criterio mayoritario de los gerentes (62,50%) de las empresas industriales de la pesca, la estrategia de posicionamiento que influye en las decisiones del mercado y en la fidelidad del consumidor.

INDICADORES DE POSICIONAMIENTO PREGUNTA: 4

Cuadro 28. Variedad de productos

4. Tiene más variedad de productos que sus competidores					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	9	22,5	22,5	22,5
	Totalmente de acuerdo	31	77,5	77,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

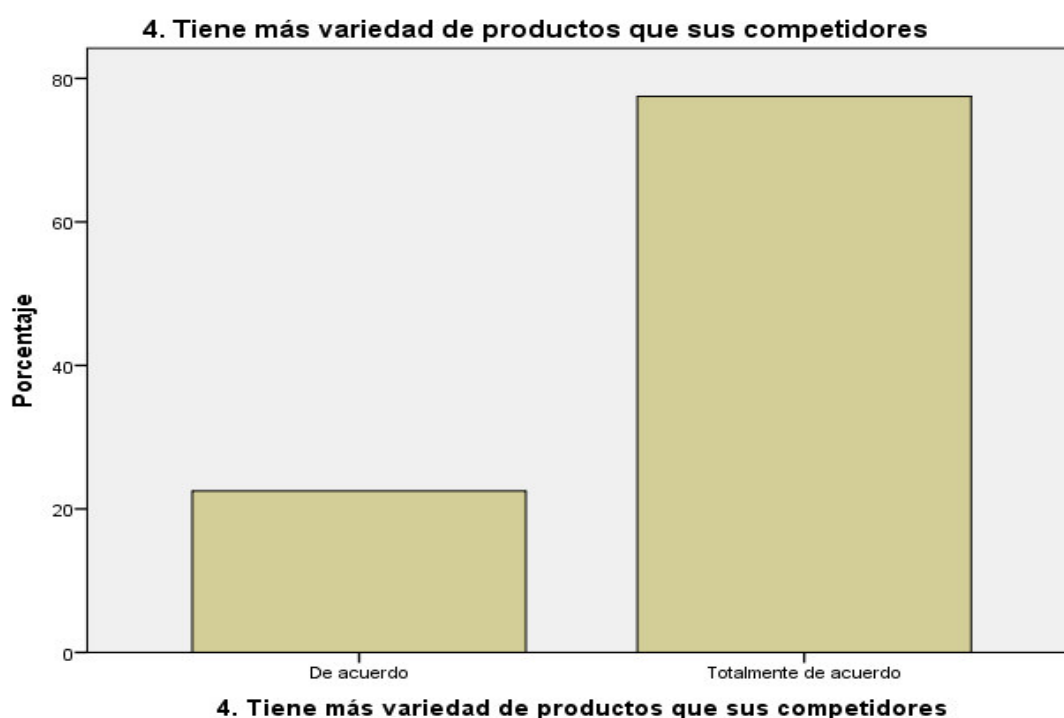


Gráfico 28. Variedad de productos

Fuente: SPSS

Para alcanzar el posicionamiento en el mercado la empresa industrial debe de tener una canasta de producto más variada que sus competidores, es el criterio predominante del mando gerencial (77,50%) que está totalmente de acuerdo en contar con un portafolio más amplio de productos, que den un mayor margen a la empresa para participar en el mercado.

INDICADORES DE POSICIONAMIENTO PREGUNTA: 5

Cuadro 29. Comunicación con clientes y proveedores

5. En su empresa se comunican con los clientes y proveedores					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	10	25,0	25,0	25,0
	Totalmente de acuerdo	30	75,0	75,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS



Gráfico 29. Comunicación con clientes y proveedores

Fuente: SPSS

El posicionamiento de la empresa en el mercado requiere que exista una comunicación continua con los clientes y proveedores como agentes estratégicos de la empresa. La competitividad requiere del conocimiento de las tendencias que se dan en el entorno, así como del comportamiento de las personas que interactúan con la empresa, como los clientes y proveedores, para conocer sus necesidades y recursos, según criterio mayoritario (75,00%) de los gerentes encuestados.

INDICADORES DE POSICIONAMIENTO PREGUNTA: 6

Cuadro 30. Estrategia comunicacional y comercial

6. En su empresa la estrategia comunicacional y comercial genera un posicionamiento en el mercado					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	11	27,5	27,5	27,5
	Totalmente de acuerdo	29	72,5	72,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS

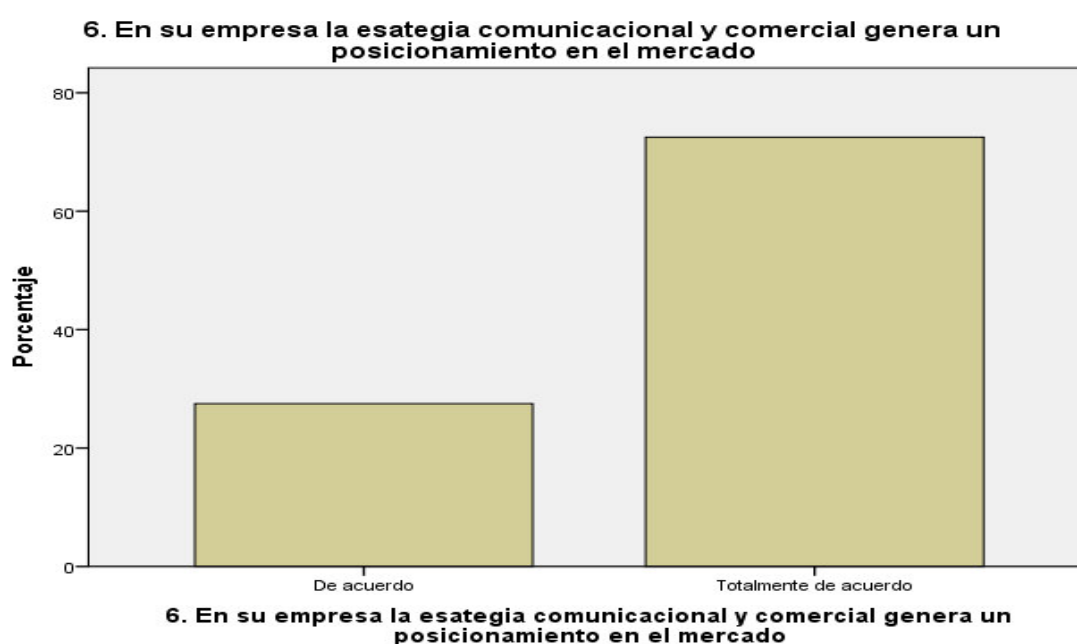


Gráfico 30. Estrategia comunicacional y comercial

Fuente: SPSS

La gerencia de las empresas está totalmente de acuerdo (75,00%) en que la estrategia comunicacional y comercial genera un posicionamiento en el mercado. La inversión en comunicación es un elemento crítico para mantener en la imagen del consumidor sus productos de calidad, y con ello mantener sus niveles de competitividad frente a sus oponentes en el mercado.

4.2. PRUEBAS DE HIPÓTESIS

Tal como se establece en la Hipótesis General “La calidad influye en la competitividad en las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador”, en la que la variable independiente es la Calidad (C) y la variable dependiente es la Competitividad (CO).

La variable independiente que es la Calidad, se la reconoce como la variable explicativa; se la agrupó en un bloque con tres dimensiones:

No.	DIMENSIONES DE VARIABLE INDPENDIENTE	
1	Liderazgo	L
2	Planificación	P
3	Gestión por Procesos	GP

Elaboración: Autor

La variable dependiente que es la Competitividad, se la reconoce como la variable de efecto; se la agrupó en un solo bloque con dos dimensiones:

No.	DIMENSIONES DE VARIABLE DEPENDIENTE	
1	Innovación	I
2	Posicionamiento	PO

Elaboración: Autor

Un investigador en la práctica siempre se encuentra con la disyuntiva de elegir entre modelos e hipótesis, los mismos que rivalizan entre ellos frente a un acontecimiento dado. Para realizar el procesamiento y alcanzar los resultados de la prueba de hipótesis se empleó el software SPSS, donde para cada variable independiente se midió la correlación respecto a la variable dependiente. El análisis de correlación entre dos variables (análisis bivariado) se realiza para considerar el nivel de asociación entre las variables, para lo cual se emplea el coeficiente Chi cuadrado.

Se presenta un problema de multicolinealidad, cuando la relación entre dos o más variables es mayor o igual al 70%. La correlación entre dos o más variables independientes tiene que ser menor a 0.70 en términos absolutos.

En relación al coeficiente Chi cuadrado, se lo utiliza como una medida para evaluar hipótesis acerca de la relación entre dos variables categóricas. Se utiliza para relacionar estadísticamente escalas tipo Likert. En la investigación, la prueba de hipótesis se la realiza calculando el coeficiente Chi cuadrado. La interpretación que se da es como una medida de asociación entre dos variables, y es absolutamente de tipo matemático y comúnmente, exenta de cualquier relación causa-efecto. Quezada, (2016).

Hay que considerar que la interpretación del coeficiente Chi cuadrado está en función del nivel de significancia o alfa con el que se realice el análisis, que es de 0,05. Para ello previamente se define el grado de error o nivel de significancia que se está dispuesto a aceptar para dar como válida nuestra conclusión y generalmente el nivel de significancia o alfa es del 5% o 0,05. Si este valor está por debajo del 0,05 quiere decir que es un error bastante bajo. Por tanto, el valor calculado tiene que estar por debajo del valor teórico para rechazar una hipótesis.

Lo que se recomienda es que sea 0.05 o menor a este valor, tomando en cuenta los criterios siguientes:

- Correlación nula: 0.00
- Influencia baja: mayor que 0.00 y menor o igual que 0.25
- Influencia media: mayor que 0.25 y menor o igual que 0.50
- Influencia alta: mayor que 0.50 y menor o igual que 0.75
- Influencia muy alta: mayor que 0.75 y menor que 1.00
- Correlación perfecta: 1.00

La agrupación visual está pensada como auxilio en el proceso de creación de nuevas variables establecidas, dentro de la agrupación de valores inmediatos de la

variable generada con el fin de construir un número limitado de categorías distintas. El empleo de la agrupación visual se realiza para disminuir un alto número de categorías ordinales en un conjunto pequeño de categorías, entonces se escoge las variables ordinales para las que se creará las nuevas variables categóricas agrupadas.

COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

HIPÓTESIS GENERAL

- La calidad influye en la competitividad en las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador.

H_0 : La Calidad NO influye en la Competitividad

H_1 : La Calidad SI influye en la Competitividad

Empleando el software, cuando se calcula la significancia entre la variable dependiente Competitividad (CO) y la variable independiente Calidad (C), manifiesta en su Tabla Cruzada y la Tabla de prueba de Chi cuadrado, los resultados siguientes:

Cuadro 31. Tabla cruzada calidad y competitividad

Tabla cruzada CALIDAD (agrupado)*COMPETITIVIDAD (agrupado)						
			COMPETITIVIDAD			Total
			(agrupado)			
			BAJO	MEDIO	ALTO	
CALIDAD (agrupado)	BAJO	Recuento	6	4	0	10
		Recuento esperado	1,8	5,3	3,0	10,0
	MEDIO	Recuento	1	17	0	18
		Recuento esperado	3,2	9,5	5,4	18,0
	ALTO	Recuento	0	0	12	12
		Recuento esperado	2,1	6,3	3,6	12,0
Total		Recuento	7	21	12	40
		Recuento esperado	7,0	21,0	12,0	40,0

Fuente: SPSS

Cuadro 32. Correlación entre calidad y competitividad

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	54,519 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	59,176	4	,000
Asociación lineal por lineal	30,534	1	,000
N de casos válidos	40		
a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,75.			

Fuente: SPSS

Como el grado de significación es menor que 0.05 se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1).

Por tanto, se puede concluir que existe concordancia entre las variables objeto de estudio, es decir una asociación entre la calidad y la competitividad en las empresas enlatadoras de atún en la ciudad de Manta – Ecuador. De allí que se acepta la hipótesis de investigación que la calidad se relaciona con la competitividad, y se puede considerar la influencia entre las variables.

HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

PRIMERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

- La calidad del liderazgo influye en la competitividad en las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador.

H_0 : El Liderazgo NO influye en la Competitividad

H_1 : El Liderazgo SI influye en la Competitividad

Empleando el software, cuando se calcula la significancia entre la variable dependiente Competitividad (CO); y la variable independiente Calidad (C), manifiesta en su Tabla Cruzada y la Tabla de prueba del Chi cuadrado, los resultados siguientes:

Cuadro 33. Tabla cruzada liderazgo y competitividad

Tabla cruzada LIDERAZGO (agrupado)*COMPETITIVIDAD (agrupado)						
			COMPETITIVIDAD (agrupado)			Total
			BAJO	MEDIO	ALTO	
LIDERAZGO (agrupado)	BAJO	Recuento	6	8	0	14
		Recuento esperado	2,4	7,4	4,2	14,0
	MEDIO	Recuento	1	12	0	13
		Recuento esperado	2,3	6,8	3,9	13,0
	ALTO	Recuento	0	1	12	13
		Recuento esperado	2,3	6,8	3,9	13,0
Total		Recuento	7	21	12	40
		Recuento esperado	7,0	21,0	12,0	40,0

Fuente: SPSS

Cuadro 34. Correlación entre liderazgo y competitividad

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	42,009 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	47,137	4	,000
Asociación lineal por lineal	25,848	1	,000
N de casos válidos	40		
a. 6 casillas (66,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,28.			

Fuente: SPSS

Como el grado significancia es menor que 0.05, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1).

Por tanto, se puede concluir que existe un alto grado de asociación entre el liderazgo y la competitividad en las empresas enlatadoras de atún en la ciudad de Manta – Ecuador. De allí que se acepta que el liderazgo se relaciona consecuentemente con la variable competitividad, puesto que se manifiesta un impacto significativo en las variables.

SEGUNDA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

- La Planificación de la calidad impacta en la Competitividad en las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador.

H_0 : La Planificación NO influye en la Competitividad

H_1 : La Planificación SI influye en la Competitividad

Empleando el software, cuando se calcula la Significancia entre la variable dependiente Competitividad (CO) y la variable independiente Planificación (P), manifiesta en su Tabla Cruzada y la Tabla de prueba de Chi cuadrado, los resultados siguientes:

Cuadro 35. Tabla cruzada planificación y competitividad

Capítulo 35: Tabla cruzada planificación y competitividad

Tabla cruzada PLANIFICACION (agrupado)*COMPETITIVIDAD (agrupado)						
			COMPETITIVIDAD (agrupado)			Total
			BAJO	MEDIO	ALTO	
PLANIFICACION (agrupado)	BAJO	Recuento	0	1	0	1
		Recuento esperado	,2	,5	,3	1,0
	MEDIO	Recuento	7	19	0	26
		Recuento esperado	4,6	13,7	7,8	26,0
	ALTO	Recuento	0	1	12	13
		Recuento esperado	2,3	6,8	3,9	13,0
Total		Recuento	7	21	12	40
		Recuento esperado	7,0	21,0	12,0	40,0

Fuente: SPSS

Cuadro 36. Correlación entre planificación y competitividad

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	36,190 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	43,019	4	,000
Asociación lineal por lineal	22,500	1	,000
N de casos válidos	40		

a. 6 casillas (66,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,18.

Fuente: SPSS

Como el grado significancia es menor que 0.05 se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1).

Por tanto, se puede concluir que existe una perfecta asociación entre las variables, es decir entre la planificación y la competitividad en las empresas enlatadoras de atún en la ciudad de Manta – Ecuador. De allí que se acepta que la planificación se relaciona directamente con la competitividad, puesto que existe una concordancia total en las variables.

TERCERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

- La Gestión por Procesos influye en la Competitividad en las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador.

H_0 : La Gestión por Procesos NO influye en la Competitividad

H_1 : La Gestión por Procesos SI influye en la Competitividad

Empleando el software, cuando se calcula la Significancia entre la variable dependiente Competitividad (CO) y la variable independiente Gestión por Procesos (GP), manifiesta en su Tabla Cruzada y la Tabla de prueba de Chi Cuadrado, los resultados siguientes:

Cuadro 37. Tabla cruzada gestión por procesos y competitividad

Tabla cruzada GESTIONPORPROCESOS (agrupado)*COMPETITIVIDAD (agrupado)						
			COMPETITIVIDAD (agrupado)			Total
			BAJO	MEDIO	ALTO	
GESTION POR PROCESOS (agrupado)	BAJO	Recuento	6	4	0	10
		Recuento esperado	1,8	5,3	3,0	10,0
	MEDIO	Recuento	1	17	2	20
		Recuento esperado	3,5	10,5	6,0	20,0
	ALTO	Recuento	0	0	10	10
		Recuento esperado	1,8	5,3	3,0	10,0
Total		Recuento	7	21	12	40
		Recuento esperado	7,0	21,0	12,0	40,0

Fuente: SPSS

Cuadro 38. Correlación entre gestión por procesos y competitividad

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	45,429 ^a	4	,000
Razón de verosimilitud	46,172	4	,000
Asociación lineal por lineal	27,167	1	,000
N de casos válidos	40		
a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,75.			

Fuente: SPSS

Como el grado significancia es menor que 0.05 se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1).

Por tanto, se puede concluir que existe una asociación perfecta entre las variables, es decir entre la gestión por procesos y la competitividad en las empresas enlatadoras de atún en la ciudad de Manta – Ecuador. De allí que se acepta que la gestión por procesos se relaciona adecuadamente con la competitividad, puesto que existe un impacto apreciable en las variables.

4.3. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Para alcanzar los resultados del presente estudio, se realizó el análisis de las variables independiente que es la Calidad, con sus respectivas dimensiones como son liderazgo, la planificación y la gestión por procesos y, la Competitividad como variable dependiente. Así, desde los resultados obtenidos de las pruebas de hipótesis general y específicas muestran que existe una perfecta asociación entre la calidad y la competitividad de las empresas. Es decir, la calidad influye en la competitividad de las empresas del sector industrial de la pesca.

Los modelos más importantes sobre la gestión de la calidad consideran al liderazgo como un factor clave de éxito en las empresas, lo que guarda relación con los resultados obtenidos en este estudio, cuando los resultados estadísticos, a través del coeficiente Chi cuadrado, demuestran una significativa asociación entre el liderazgo y la competitividad.

De igual forma, los modelos de gestión de la calidad incluyen como un elemento fundamental a la planificación, que tiene un gran impacto en la competitividad que desarrollan las empresas de enlatados de atún, verificándose su alto grado de asociación, con los resultados alcanzados mediante el coeficiente de Chi cuadrado.

En cuanto a la gestión por procesos, también los modelos de gestión de la calidad la establecen como otro factor que influye en la competitividad empresarial, y eso se demuestra en nuestra investigación, cuando el coeficiente de Chi cuadrado alcanza un nivel de concordancia significativa entre la gestión por procesos y la competitividad de las empresas enlatadoras de atún.

En relación con los antecedentes de la investigación, se puede ver que existe una correlación positiva entre investigaciones realizadas y el presente estudio. Así, en el trabajo efectuado por Álvarez García, Iñigo (2008), *Análisis de implantación de la calidad. Estudio empírico en el sector de alojamiento turístico*, manifiesta sobre los beneficios alcanzados al aplicar la calidad en las empresas del sector industrial, tanto en Europa como en Estados Unidos. Se destaca que “la calidad contribuye a mejorar la competitividad de los productos, a mejorar la comunicación, las relaciones entre los empleados, la competitividad, así como la cuota del mercado. Withers y Ebrahimpour, (2001). La calidad es impuesta como un sistema que favorece el mejoramiento de sus procesos, volviéndolas más competitivas. Además que a partir de las entrevistas estructuradas aplicadas a los empresarios muestran que la calidad se constituye en factor clave fundamental para el sector industrial. Y, el liderazgo convierte a las empresas en referentes a seguir por el conglomerado de las demás empresas instaladas en el sector.

En relación a la investigación desarrollada por Heras Iñaki (2008), “*La gestión de la calidad y competitividad de las empresas de CAPV*” establece que las empresas españolas tienen las mayores intensidades de certificaciones de calidad, a nivel europeo, lo que les otorga ventajas competitivas ante sus competidoras. Los procesos se hacen de mejor manera, la productividad se incrementa, el compromiso laboral es más intenso, el liderazgo tiene una mayor incidencia en las decisiones gerenciales. La calidad tanto en el ámbito profesional como académico, es considerada como uno de los factores de éxito competitivo, el más importante. La calidad se constituye en un soporte básico para el desempeño de las empresas en cualquier país. Así, también resulta en el conglomerado industrial de conservas de atún en la ciudad de Manta.

De acuerdo al análisis cuantitativo las características comunes entre las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta, es que consiguen resultados exitosos en los mercados y que los gerentes dirigen activamente el programa de calidad, permanentemente revisando su eficacia. Los empleados se identifican con los valores empresariales y apoyan la implantación de cambios en la organización. Respecto a la planificación, los gerentes comunican la estrategia y objetivos al personal para cumplir con lo establecido por la empresa. Además, identifican y desarrollan procesos claves a partir de la estrategia empresarial. En lo relacionado a la gestión por procesos se realiza el control y la mejora continua de los procesos claves de la organización. Las empresas se preocupan de introducir la mejora en los productos para llegar a nuevos mercados, así como la conducta de anticiparse a las necesidades del mercado.

Aunque la investigación determinó que la calidad influye directamente en la competitividad, los gerentes que tienen entre 6 y 10 años en la dirección, son los que dan la valoración más alta de que el liderazgo, la planificación y la gestión por procesos, inciden en mayor medida para lograr la competitividad del sector industrial de las empresas de enlatados de atún. Los gerentes que presentan menos experiencia, también destacaron el rol del liderazgo, la planificación y la gestión por procesos, para alcanzar mejores niveles de competitividad en las empresas bajo su dirección, en una menor medida, pero reconociendo de manera positiva el beneficio de establecer las tres dimensiones asociadas a la calidad para alcanzar la competitividad.

CONCLUSIONES

A continuación se presenta las principales conclusiones de la investigación:

- El primer resultado alcanzado demuestra que existe una influencia directa, con alto nivel de significancia de la calidad sobre la competitividad en las empresas enlatadoras de atún en la Ciudad de Manta – Ecuador, situación que se asume de manera positiva. El nivel de significancia o el alfa teórico está por debajo del 0,05.
- Así mismo, se comprobó la existencia de una relación positiva entre el liderazgo y la competitividad del sector industrial de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador. El grado de asociación es aceptable puesto que el nivel de significancia está por debajo del coeficiente 0,05. La influencia entre las variables es perfecta.
- De la misma forma, se evidenció que si existe una asociación positiva directa de la Planificación con la Competitividad, en un alto nivel en las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador, con lo cual se aceptó la hipótesis alternativa, pues el grado de significancia es menor que 0.05. Se denota que existe una significativa concordancia entre las variables.
- Finalmente, se ha demostrado que si existe una influencia positiva directa en alto grado de la Gestión por Procesos en el nivel de competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador. El grado de asociación es menor de 0.05, por lo tanto hay una grado significativo de asociación entre las variables investigadas.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones más importantes de la tesis de grado se presentan a continuación:

- Al existir una relación directa positiva entre la calidad y competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador, en un alto nivel, se recomienda a las empresas la aplicación de sistemas de gestión de la calidad, puesto que se constituyen en factor de éxito para alcanzar competitividad, y así participar en forma exitosa en los mercados internos y externos.
- Cuando se alcanza una relación positiva directa entre el liderazgo y la competitividad se recomienda a los empresarios de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta - Ecuador, generar un liderazgo participativo sobre la organización y sus colaboradores, con la finalidad de alcanzar un liderazgo significativo, orientado a que la empresa ocupe las primeras posiciones en el sector industrial y el mercado.
- Al darse una influencia positiva directa y en un alto nivel entre la planificación y la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador, se recomienda a los empresarios de este sector consideren a la calidad en la planificación como política y estrategia institucional.
- Al encontrarse en la presente investigación una incidencia positiva directa y en alto nivel entre la gestión por procesos y la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador, se recomienda a los empresarios de las distintas organizaciones, aplicar la gestión por procesos de calidad, para que mediante el cumplimiento de tareas y actividades claves en cada una de la áreas administrativas o de producción, se cumplan las metas y objetivos, lo que beneficiará positivamente a las empresas del sector industrial de la pesca.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alcaraz Rodríguez, R. (2011). Emprendedor éxitos, Cuarta Edición, Ed. McGraw Hill, México.

Amaru, C. (2009). Fundamentos de Administración: teoría general y proceso administrativo, Primera Edición, México.

Bateman, Thomas S. & Snell, Scott A., (2009). Administración: liderazgo y colaboración en un mundo competitivo, Octava Edición, Ed. McGraw Hill, México.

Berumen A., Sergio, & Sommer Palacios, Octavio (2009), Competitividad, Cluster e Innovación, Ed. McGraw Hill, México.

Cabrera Martínez, A. et al. (2012) La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio, http://www.google.com.pe/?gfe_rd=cr&ei=PuPgU-adLIyi8wevtYHIDg#q=alejandra+maria+cabrera+martínez+competitividad.

Camisón Zornoza, C. Garrigós Simón, F. J. Palacios Marqués, D. (2012). Estrategias competitivas y desempeño empresarial: estudio comparativo de los modelos de robinson & pearce y miles & snow en el sector hotelero español, www.redalyc.org/pdf/274120871009.pdf.

Cañibano, C. (2005). El capital humano: factor de innovación, competitividad y crecimiento, <http://www.navarra.es/nr/rdonlyres/d696efd2-6aaa-4ef1-b414-e3a27109ea67/79785/14carolinacaibano.pdf>

CEPAL (2015). Como mejorar la competitividad de las pymes, <http://www.ecepal.org/...8996/ComoMejorarCompPYMES.pdf>.

Chávez Ferreiro, J. (2013). La competitividad y calidad de las empresas en Latinoamérica, <http://search.iminent.com/SearchTheWeb/v6/3082/homepage/Default.aspx?q=compe>

titividad%20calidad%20y20%desarrollo%20empresarial%20en%20pdf&s=web&p=1, Domicilio: Narciso 133, Col. Jardines de Coyoacán, delegación de Coyoacán; Código Postal 04890, México, D.F. ISBN en trámite.

Chiavenato, I. (2010). Administración de Recursos Humanos, Ed. McGraw Hill, México.

Chiavenato, Idalberto (2006). Introducción a la teoría de la administración, Ed. McGraw Hill, México.

Coulter, Robbins (2009). Administración, Décima Edición, Ed. McGraw Hill, México.

Crissien Castillo, J. (2012). : “Espíritu empresarial como estrategia de competitividad y desarrollo económico, <http://www.redalyc.org/pdf/206/20605706.pdf>. ISSN (Versión impresa): 0120-8160 investigaciones@ean.edu.co Universidad EAN Colombia.

Fairlie, E. (2012). El valor de la marca como estrategia para incrementar la capacidad emprendedora en estudiantes de Universidades Nacionales del área de Ciencias Empresariales, Lima, Perú.

Franco Cárdenas, J. (2014). La calidad total como base administrativa para lograr productividad y competitividad, http://www.google.com.pe/?gfe_rd=cr&ei=PuPgU-adLIyi8wevtYHIDg#q=jesus+franco+cardenas+la+calidad+total.

Galdames, R., F. Gatica y L. Méndez, (2000). Globalización e infraestructura; estrategia en la Región del Bio Bio. Una mirada prospectiva al 2010, Revista Estudios Regionales No. 14, ISSN: 0717-1692, Enero de 2002, Centro de Estudios Urbanos Regionales, Universidad del Bio Bio, Concepción Chile Ed. McGraw Hill, México.

Gitman, Lawrence J. y McDonald, Carl, (2007). El Administración de Recursos Humanos, Ed. McGraw Hill, México.

González Hermoso de Mendoza, A. (2013). La innovación: un factor clave para el desarrollo de las empresas, <http://www.oei.es/salactsi/libro9.pdf>.

Goyzueía Rivera, S. (2013) Modelo de Gestión para las empresas familiares con perspectivas de crecimiento y sostenibilidad, http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S199437332013000100003&script=sci_arttext, Perspectivas, Año 16 – No 31 – abril 2013, pp.87-132, Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, Cochabamba.

Heras, I., et al. (2010). Gestión de la calidad y competitividad de las empresas de CAPV, San Sebastián, España

Heras, I., et al. (2010). Impactos competitivos de las herramientas para la gestión de la calidad, Universidad del país Vasco, España

Hermoso de Mendoza, A. (2010). La innovación: un factor clave de la competitividad de las empresas, Comunidad Empresarial de Madrid, España

Hernández Sampieri, R. et al. (2014). Metodología de la investigación, México.

Hidelvys Cantero, Leyva Cardeñosa, & Santiesteban Zaldivar, (2010): “apuntes acerca el desempeño empresarial” en Observatorio de la Economía Latinoamericana, No141, Texto completo en, <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2010/>

Kuhn, T. (2010). La estructura de las revoluciones científicas, México, Fondo de Cultura Económica.

Lakatos, I., (2009). La metodología de los programas de investigación científica, Madrid, Alianza Universidad.

Lombana, J. & Rozaas Gutiérrez, S. (2014). Marco analítico de la competitividad. Fundamentos para el estudio de la competitividad regional,

<http://scielo.org.co/pdf/page/n26/n26a02.pdf>, pensamiento y gestión, No 26 ISSN 1657-6276.

Mardones, J. (2013). Filosofía de las ciencias humanas y sociales, Nota histórica de una polémica incesantes, México.

Martínez, M. et. All (2010). Un modelo causa de competitividad empresarial planteado desde la VBR: capacidades directivas, de innovación, marketing y calidad, Unversidad del País Vasco, España

Mathinson, L. et.all (2007). Innovación: factor clave para lograr ventajas competitivas. Revista Negotium, <http://ojs.revistanegotium.org.ve/index.php/negotium/article/view/45>

Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (2011). Agenda para la transformación productiva territorial, Provincia de Manabí, Ecuador Ministerio de economía y finanzas, Agenda de competitividad 2012-2013, http://www.mef.gob.pe/...competitividad_2012_2013.pdf.

Narbate Hernández, Ch. (2007). Guía de gestión por procesos, Generalitat Valenciana , España.

Navarrete Zorrilla, D. (2013). Diagnóstico de los factores de productividad y competitividad de la pequeña y mediana empresa del estado de Hidalgo, http://www.uaeh.edu.mx...res_Nava/competitividad.pdf.

Oppenheimer, A. (2013). Los países competitivos, <http://www.lanacion.com.ar/1618395los-paises-mas-competitivos>.

Paredes Tarazona, M. (2010). La interdependencia empresarial factor de calidad en la gestión-caso sector empresarial pesquero peruano, sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/investigación.../v04.../a09v4n2.pdf.pdf2.

Popper, K. (2012). La lógica de la investigación científica, Editorial Tecnos, Madrid.

Porter, M. (2006). La ventaja competitiva de las naciones, Madrid, España.

Quero, L. (2012) Estrategias competitivas: factor clave de desarrollo, <http://www.revistanegotium.org.ve/pdf/10/Art3.pdf>, NEGOTIUM Revista Científica Electrónica Ciencias Gerenciales/Scientific e-journal of Management Science PPX 200502ZU1950/ISSN1856-1810/By Fundación Unamuno/Venezuela/REDALYC,LATINDEX,CLACIT,INCOM UAB, SERBILUZ/IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, Yojohama National University Library / www.scu.edu.au / www.ebscokorea.co.kr, Google Scholar, www.bib.umontreal.ca.

Quezada, C. (2016). La gestión administrativa incide en la percepción de la justicia organizacional de la Universidad Técnica de Machala, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Romo Vásquez, H. & Rivas Tovar, L. (2009). Modelo de competitividad de las empresas operadoras de telefonía móvil en México, <http://contaduriayadministraciónunam.mx/...e=2&id=464>, Contaduría y Administración, vol. 57, num. 1, enero-marzo, 2012, pp. 123, Univional Autónoma de México

Ruiz-Jiménez, J., & Fuentes-Fuentes, M, (2012). Innovación y desempeño empresarial. Efectos de la capacidad de combinación del conocimiento en pymes de base tecnológica, [www.minetur.gob.es/Publicacionesperiodicas/EconomíaIndustrial/RevistaEconomía Industrial/3888/](http://www.minetur.gob.es/Publicacionesperiodicas/EconomíaIndustrial/RevistaEconomíaIndustrial/3888/).

Saavedra García, M. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana, <http://scielo.org.co/pdf/page/n33/n33a05.pdf>, pensamiento y gestión, No 33 ISSN 1657-6276 (impreso) ISSN 2145-941X (on line).

Schumpeter, Joseph A., (1983). Capitalismo, socialismo y democracia, Ed. Orbis, España.

Serrano Bedia, A. et al. (2014). Gestión de la calidad en servicios: una revisión desde la perspectiva del management, , La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio, http://www.google.com.pe/?gfe_rd=cr&ei=PuPgU-adLIyi8wevtYHIDg#q=ana+maria+serrano+bedia.

Solleiro, J & Castañón, R. (2014). Competitividad y sistemas de innovación: los retos para la inserción de México en el contexto global, <http://www.oei.es/salactsi/solleiro.pdf>.

Stevenson, W (2001). Estadística para administración y economía. México

Suárez, F. (1994). Competitividad de las empresas evolución, imperativos estratégicos y características de la organización exitosa de hoy, http://www.cepchile.cl/..._estrategicos_y_carac.html, Estudios Públicos, 54 (otoño 1994).

Tamayo Torres, J. (2013). Flexibilidad en la fabricación y estrategias de exploración y explotación: un enfoque basado en la gestión de la calidad, digibug.ugr.es/bitstream/10481/2357/1/180686867.pdf.

Tarí, J. (2011). Calidad total: fuente de ventaja competitiva, Universidad de Alicante, España.

Valdés, O., Competitividad y calidad factores críticos que contribuyen al éxito de empresas de menor tamaño en mercados globales de país emergente. Revista Chilena de Economía y Sociedad 3(1), pág., 31.

Varela, Rodrigo V., (2008). Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas, Ed. Pearson, Bogotá.

Yevenes Subiabre, A. & Andalaft Chacur, A. (2012). Competitividad territorial y estrategia empresarial: el caso de la industria forestal exportadora de la región del Bio Bio, www.ubiobio.cl/...bfile/media/42/documentos/ariel.pdf.

ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

UNIVERSIDAD DEL PERÚ, DECANA DE AMÉRICA

138

TEMA	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIÓN
"LA CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS ENLATADORAS DE ATÚN DE LA CIUDAD DE MANTA - ECUADOR"	GENERAL			X: CALIDAD	X ₁ LIDERAZGO X ₂ PLANIFICACIÓN X ₃ GESTIÓN POR PROCESOS
	¿Cómo la calidad influye en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta - Ecuador?	Determinar el nivel de influencia de la calidad en la competitividad en las empresas de atún de la ciudad de Manta - Ecuador.	La calidad influye en la competitividad en las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta - Ecuador.		
	ESPECÍFICO 1				
	· ¿Cómo influye el liderazgo de calidad en la competitividad en las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta - Ecuador?	· Establecer cuál es la influencia del liderazgo de calidad en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador.	· La calidad del liderazgo influye en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador.		
	ESPECÍFICO 2			Y: COMPETITIVIDAD	Y ₁ INNOVACIÓN Y ₂ POSICIONAMIENTO
	¿Cuál es la incidencia de la planificación de la calidad en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta - Ecuador?	· Determinar Verificar el impacto de la planificación de la calidad en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador.	· La planificación de calidad impacta en la competitividad en las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador.		
	ESPECÍFICO 3				
	· ¿Cuál es el impacto de la gestión por procesos de calidad en la competitividad de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta - Ecuador?	· Medir la incidencia de la gestión por procesos en la competitividad en las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador.	· La Gestión por procesos incide en la competitividad en las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador.		



Estimado Validador:

Me es grato dirigirme a Usted, a fin de solicitar su inapreciable colaboración como experto para validar el cuestionario anexo, el cual será aplicado a los gerentes de las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta - Ecuador, por cuanto considero que sus observaciones y subsecuentes aportes serán de utilidad.

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realiza en los actuales momentos, titulado: "LA CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS ENLATADORAS DE ATÚN DE LA CIUDAD DE MANTA- ECUADOR" esto con el objeto de presentarla como requisito para obtener el título de DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Para efectuar la validación del instrumento, Usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta. Por otra parte se le agradece cualquier sugerencia relativa a redacción, contenido, pertinencia y congruencia u otro aspecto que se considere relevante para mejorar el mismo.

Se adjuntan la encuesta y el marco teórico de la tesis con sus dimensiones, variables e indicadores.

Gracias por su aporte,

Freddy Soledispa Lucas



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

UNIVERSIDAD DEL PERÚ, DECANA DE AMÉRICA

140

TESIS DOCTORAL: "LA CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS ENLATADORAS DE ATÚN DE LA CIUDAD DE MANTA – ECUADOR"

El propósito de esta encuesta es conocer su percepción acerca de la calidad y su influencia en la competitividad en las empresas enlatadoras de atún de la ciudad de Manta – Ecuador. La información que usted nos proporcione será manejada confidencialmente y en forma global. Esta encuesta tiene únicamente fines académicos. Gracias por su aporte.

DATOS GENERALES:

Nombre de la empresa _____

Tiempo de experiencia en su empresa _____

INSTRUCCIONES: De las siguientes afirmaciones elija la respuesta que usted considere.

	ÍTEMS	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
LIDERAZGO	La gerencia dirige activamente el programa de calidad	1	2	3	4	5
	A los empleados se les anima a que ayuden a implantar los cambios en la empresa	1	2	3	4	5
	Los administradores y supervisores permiten a sus empleados tomar ciertas decisiones	1	2	3	4	5
	La gerencia reconoce los esfuerzos y las mejoras alcanzadas por el personal	1	2	3	4	5
	La gerencia mantiene contactos con los clientes, proveedores y se compromete con ellos en el fomento y participación de	1	2	3	4	5



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

UNIVERSIDAD DEL PERÚ, DECANA DE AMÉRICA

141

	alianzas y acciones de mejora					
	La gerencia comunica activamente un compromiso de calidad al personal de la empresa	1	2	3	4	5
PLANIFICACIÓN	Se desarrollan e implantan las estrategias y planes en base a la información sobre los requisitos de los clientes y la capacidades de la empresa	1	2	3	4	5
	La gerencia comunica su estrategia y objetivo a todo el personal	1	2	3	4	5
	La gerencia comunica su estrategia y objetivos a los clientes, proveedores y otros agentes externos para que los conozcan	1	2	3	4	5
	Se compromete al personal en el establecimiento de los objetivos y planes	1	2	3	4	5
	Se identifican y desarrollan proceso claves a partir de las estrategias o planes de negocio	1	2	3	4	5
	Se evalúa los resultados realizando una comparación con los planificadores, con el fin de introducir mejoras	1	2	3	4	5
GESTIÓN POR PROCESOS	Control y mejora continua de los procesos claves	1	2	3	4	5
	Los procesos utilizados en la empresa incluyen medidas de calidad	1	2	3	4	5
	Se desarrollan nuevos productos con la intención de acceder a otros mercados, anticiparse a las necesidades del mercado actual o tratar de ser mejores que los principales competidores	1	2	3	4	5
	Se introducen mejoras en los productos como consecuencia de encuestas de satisfacción a los clientes, quejas y reclamaciones	1	2	3	4	5
	Se identifican las áreas de mejora	1	2	3	4	5
	La gerencia apoya las actividades que mejoran la satisfacción de los clientes	1	2	3	4	5



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

UNIVERSIDAD DEL PERÚ, DECANA DE AMÉRICA

142

INNOVACIÓN	En su empresa se fomenta y promueve la generación de ideas creativas e innovadoras	1	2	3	4	5
	En los últimos años la empresa ha logrado introducir al mercado un nuevo o significativamente mejorado producto	1	2	3	4	5
	La gerencia está comprometida y ofrece apoyo a las actividades de innovación	1	2	3	4	5
	La estrategia de su empresa tiene en cuenta la innovación y la considera un factor de competitividad	1	2	3	4	5
	En su empresa se cuenta con computadoras y teléfonos con acceso a internet	1	2	3	4	5
	Su empresa destina recursos a la formación o capacitación en el uso y manejo de TIC	1	2	3	4	5
POSICIONAMIENTO	La empresa elige el mejor posicionamiento para el producto	1	2	3	4	5
	Su empresa desarrolla la comunicación más adecuada para lograr el posicionamiento	1	2	3	4	5
	En su empresa las estrategias de posicionamiento están basadas en los atributos del producto	1	2	3	4	5
	Tiene más variedad de producto que sus competidores	1	2	3	4	5
	En su empresa se comunican con los clientes y proveedores	1	2	3	4	5
	En su empresa la estrategia comunicacional y comercial genera un posicionamiento en el mercado	1	2	3	4	5



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

UNIVERSIDAD DEL PERÚ, DECANA DE AMÉRICA

143



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
UNIVERSIDAD DEL PERÚ, DECANA DE AMÉRICA

Aspectos generales	SÍ	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	✓		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	✓		

VALIDEZ	SÍ	NO
APLICABLE	✓	
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES		

Validado por: Dra. C. Daisy Soto Calderón, PhD.

Lugar: Moanta, mayo 26 de 2016.

Firma: [Firma]



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

UNIVERSIDAD DEL PERÚ, DECANA DE AMÉRICA

144



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
UNIVERSIDAD DEL PERÚ, DECANA DE AMÉRICA

Aspectos generales	SÍ	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	X		

VALIDEZ	SÍ	NO
APLICABLE	X	
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES	X	

Validado por: Patricia Henríquez C. Ph.D.

Lugar: Lima 25/5/17.

Firma:



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

UNIVERSIDAD DEL PERÚ, DECANA DE AMÉRICA

145



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

UNIVERSIDAD DEL PERÚ, DECANA DE AMÉRICA

Aspectos generales	SÍ	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

VALIDEZ	SÍ	NO
APLICABLE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Validado por:

Lugar:

Firma:

Luis H. Moncada Gil PhD
Manta, Prov. Manabí, Ecuador



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

UNIVERSIDAD DEL PERÚ, DECANA DE AMÉRICA

146



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

UNIVERSIDAD DEL PERÚ, DECANA DE AMÉRICA

Aspectos generales	SÍ	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

VALIDEZ	SÍ	NO
APLICABLE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Validado por: J. FABIAN SANCHEZ RIOS Ph.D

Lugar: Manta 29/05/2017

Firma: [Firma]